

# **Průzkum spokojenosti rodičů a žáků pro potřeby Základní škola Trávníky Otrokovice**

Hana Jiránková

---

Bakalářská práce  
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

Vyšší odborná škola ekonomická  
akademický rok: 2006/2007

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana JIRÁNKOVÁ**  
Studijní program: **B 6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná ekonomika a správa**

Téma práce: **Průzkum spokojenosti rodičů a žáků pro potřeby  
Základní školy Trávníky Otrokovice**

Zásady pro vypracování:

1. Poznatky a znalosti z odborné literatury v oboru marketingového průzkumu.
2. Sestavte dotazník s cílem zjistit míru spokojenosti a případně potřeb rodičů a žáků ZŠ Trávníky Otrokovice.
3. Proveďte vyhodnocení dotazníkového šetření.
4. Vyslovte doporučení a závěry vyplývající z dotazníkového šetření a stanovte cíle k dosažení vyšší spokojenosti respondentů.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

[1] PŘIBOVÁ, Marie a kol. Marketingový výzkum v praxi. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9.

[2] ZBOŘIL, Kamil. Marketingový výzkum, Metodologie a aplikace. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998. ISBN 80-7079-394-5.

[3] HAGUE, Paul. Průzkum trhu. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-917-8.

[4] HANNAGAN, Tim. Marketing pro neziskový sektor. Praha: Management press, 1996. ISBN 80-85943-07-7.

[5] RYMEŠOVÁ, Jana. Škola bez tajemství (aneb co by rodiče měli vědět o škole). Praha: Portál, 1993. ISBN 80-85570-32-7.

[6] <http://www.ucitelskenoviny.cz/diskuze.php>

[7] <http://www.rvp.cz/clanek>

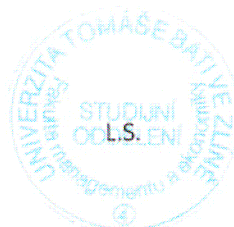
Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Irena Miklová**  
EXT.


Datum zadání bakalářské práce: **6. října 2006**

Termín odevzdání bakalářské práce: **8. prosince 2006**

Ve Zlině dne 3. listopadu 2006

  
Ing. Alena Dořková  
v zast. děkan



  
Ing. Hana Šedová, Ph.D.  
v zast. ředitel ústavu

## **ABSTRAKT**

Cílem bakalářské práce bylo zabývat se mírou spokojenosti žáků a rodičů základní školy Trávníky Otrokovice pomocí dotazníkového šetření. Bakalářskou práci jsem rozdělila na dvě části, teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou zpracovány literární poznatky, které kladou důraz na uspokojení rodičů a žáků. Zdroje, ze kterých jsem čerpala byly odborné publikace týkající se dotazníkového šetření a internetové stránky. V praktické části práce jsou zpracovány informace získané marketingovým výzkumem. Výsledky dotazníkového šetření jsem konkrétně analyzovala. Součástí práce tvoří doporučení, která by mohli základní škole pomoci k zvýšení věrných žáků a rodičů.

Klíčová slova:

základní škola, spokojenost rodičů a žáků, marketingový výzkum, dotazník

## **ABSTRACT**

The aim of bachelor work was find out value of parent's and learner's satisfaction with primary school Trávníky Otrokovice through questionnaire inquiry. This thesis is divided into two parts, theoretical and practical. In the theoretical part of this work there are elaborate literary information that point out at the importance of parents and learners. The sources, which I used were the specialized publications of questionnaire inquiry and websites on the internet. In the practical part of the work there are elaborate data received from the survey of customer's satisfaction. The results of questionnaire inquiry were concretely analyzed. A part of work there are recommendations, which could primary school help to stabilization or increase the number of loyal learners and parents.

Keywords:

primary school, parent's and learner's satisfactions, marketing research, questionnaire

Děkuji ředitelce základní školy Trávníky Otrokovice paní Mgr. Večeřové za čas, který mně věnovala a hlavně za poskytnutí potřebných informací. Dále pak děkuji vedoucí bakalářské práce paní Mgr. Miklové za cenné rady a připomínky poskytované při zpracování této bakalářské práce.

## OBSAH

ÚVOD.....	7
<b>I TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>8</b>
<b>1 MARKETING V NEZISKOVÉ SFÉŘE .....</b>	<b>9</b>
1.1 MARKETING VE ŠKOLSTVÍ.....	9
<b>2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....</b>	<b>11</b>
2.1 MARKETINGOVÝ VÝZKUM JAKO PROCES .....	11
2.1.1 Definování problému.....	12
2.1.2 Plán výzkumu .....	12
2.1.3 Zjišťování informací .....	13
2.1.4 Analýza údajů a závěry .....	16
2.1.5 Prezentace výsledků .....	16
2.2 DOTAZNÍK.....	17
2.2.1 Formální úprava dotazníku.....	17
2.2.2 Stanovení struktury .....	17
2.2.3 Typologie otázek .....	18
2.2.4 Formulace otázek .....	19
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>20</b>
<b>3 CHARAKTERISTIKA ZŠ TRÁVNÍKY OTROKOVICE .....</b>	<b>21</b>
<b>4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI RODIČI .....</b>	<b>24</b>
4.1 VÝUKA VE ŠKOLE.....	24
4.2 KOMUNIKACE MEZI RODIČI A ŠKOLOU .....	29
4.3 SPOLUPRÁCE RODIČŮ SE ŠKOLOU .....	31
4.4 BEZPEČNOST DĚTÍ VE ŠKOLE .....	32
<b>5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI ŽÁKY ZŠ TRÁVNÍKY .....</b>	<b>33</b>
<b>6 SHRNUÍ A DOPORUČENÍ.....</b>	<b>46</b>
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>48</b>
<b>RESUMÉ .....</b>	<b>49</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>50</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>51</b>
<b>SEZNAMA TABULEK.....</b>	<b>53</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>54</b>

## ÚVOD

Při zkoumání, jaké faktory ovlivňují efektivitu školy, pracují výzkumníci zpravidla s modelem, který připomíná výrobní podnik. Škola pracuje s nějakými vstupy (to je např. kvalita žáků, učitelů, množství finančních prostředků apod.), ve škole se uskutečňují nějaké procesy (vzdělávání) a na konci stojí nějaké výstupy (zpravidla vědomosti a dovednosti žáků). To vše se odehrává v určitém kontextu (prostředí), který škola z 90 % nemůže ovlivnit.

Tématem mé bakalářské práce je analýza spokojenosti rodičů a žáků pro potřebu Základní školy Trávníky Otrokovice. Toto téma jsem si vybrala proto, protože mě zajímá jak škola ovlivňuje a může ovlivňovat zbývajících 10 % faktorů.

V rámci teoretické části práce jsem provedla literární rešerši na téma marketingový výzkum jako proces. Hlavní důraz je kladen na teoretické poznatky z oblasti marketingového výzkumu a dotazníkového šetření.

Analytická část bakalářské práce je rozdělena na dvě části. První část je věnována rodičům a dotazníkovému šetření pro ně. Dotazník pro rodiče byl již školou předvytvořen a mým úkolem bylo zanalyzovat názory rodičů. Po konzultaci s vedoucí mé bakalářské práce mi byly vysvětleny hlavní cíle tohoto dotazníkového šetření. Pro školu bylo důležité zjistit názory rodičů na výuku ve škole, jak rodiče hodnotí komunikaci se školou, zapojení rodičů do spolupráce a hlavně názor na bezpečnost dětí ve škole.

Ve druhé části bakalářské práce je analýza dotazníkového šetření pro žáky. Hlavními cíly bylo zjistit názory žáků na klima ve škole a třídách, na vztahy mezi žáky a mezi žáky a vyučujícími. Také mě zajímala bezpečnost žáků, jejich spokojenost se školou a s materiálním zázemím.

Na základě poznatků zjištěných analýzou dotazníkových šetření byly navrženy možné oblasti zlepšení spokojenosti jak rodičů tak i žáků.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**



## 1 MARKETING V NEZISKOVÉ SFÉŘE

V institucích a organizacích veřejného a neziskového sektoru nepatří marketing mezi tradiční činnosti. Přesto je marketing ve veřejném sektoru potřebný, protože lidé požadují informace o službách, chtějí vědět, co je k dispozici, kdy a kde to mohou sehnat a zda za to musí platit či nikoliv.

V dnešní době velká část uživatelů služeb neziskového sektoru stále potřebné informace nemá a ani si je nedokáže v běžných zdrojích vyhledat. Neziskové organizace pak musí samy hledat vhodné kanály, jak uživatele oslovit.

Marketing neziskových organizací se neobrací jen na ty, kteří spotřebovávají jejich služby, ale hlavně taky na ty, kteří je financují. Většina služeb neziskových organizací je jejich uživatelům poskytována zdarma, nebo je jimi hrazena jen částečně, zatímco větší díl financí jim plyne z veřejných rozpočtů, od firem nebo z darů od veřejnosti.

Dalším důvodem důležitosti marketingu v neziskovém sektoru je existence konkurence mezi organizacemi. Různé organizace poskytují stejné služby stejným okruhům klientů, ale hlavně různé organizace žádají o financování stejné zdroje.

Potřeba marketingu v neziskovém sektoru vyplývá také z důležitosti kvality služby a z toho, jak tyto služby vyhovují potřebám jejich uživatelů. Vysoce kvalitní služba bude pravděpodobně vnímána jako užitečná, efektivní a hodná pravidelného financování. Školy, nemocnice, policejní sbory musí provádět průzkum trhu, aby zjistily, co si veřejnost přeje, a podle získaných zdrojů se snažit tato přání co nejlépe uspokojit. Veřejnost je třeba seznamovat s náplní činnosti jednotlivých organizací a s výsledky jejich práce.

[5]

### 1.1 Marketing ve školství

Škola za svou činnost odpovídá příslušnému vládnímu orgánu, představitelům a členům orgánu místní správy, poradcům, inspektorům a rodičům. Ti všichni mají právo ptát se na práci školy vyjádřenou v takových ukazatelích, jako jsou výsledky zkoušek nebo počet absolventů, kteří obdrželi pracovní místo nebo pokračují ve studiu na vyšším stupni vzdělávání. Mohou také požadovat informace o úrovni učitelského sboru, dostupnosti zdrojů a o způsobu a účelu vynakládání finančních prostředků. U školy tvoří vstup peníze státní a místní správy, výstupem jsou dobře vychovaní a vzdělaní absolventi.

Marketing se v neziskové sféře často soustřeďuje na image, který si organizace vytváří ve vztahu k veřejnosti, a na pověst, které se těší. Image organizace je nehmateľným faktorem odrážejícím názory okolního prostředí na ni a na kvalitu jejích služeb. Ve škole si image vytváří reputaci dobrým nebo špatným chováním žáků, výbornými nebo neuspokojivými výsledky zkoušek, vysokou nebo nízkou kvalitou učitelského sboru. Pověst může nebo nemusí být zasloužená. Když je škola plná žáků, na její image až tak moc nezáleží, ale jakmile se v ní objeví volná místa buď proto, že její vedení zvýšilo kapacitu, nebo že řada žáků neuspěla, situace se změní a pro školu bude potřebné „přilákat“ nové žáky. Management se pokusí zajistit škole dobrou pověst a image, ovšem získat obojí rychle je obtížné. Začít s jejich budováním až v době, kdy se jejich potřeba stane akutní, je trochu pozdě. Dobrý image se musí začít vytvářet už v době, kdy má škola žáků dostatek.

Zákazníky základní školy jsou žáci a jejich rodiče. Škola žákům poskytuje službu a rodiče za ni platí – přímo nebo nepřímo – a případně rozhodují, kterou školu budou jejich děti navštěvovat. Trh školy může mít zeměpisné hranice omezující možné rozšíření působnosti školy a možnosti jiných škol soutěžit, protože i ty mají své hranice. Na trhu se vzdělávacími aktivitami mohou působit školy s různými osnovami a metodami výuky, soukromé školy nabízející různé přístupy, mimoškolní činnosti, odlišné postoje ke zkouškám apod.

S vyostřováním konkurence, ať v důsledku demografických trendů nebo změn na trhu, poroste i naléhavost potřeby zabývat se marketingem. Škole nemusí vadit její poměrně špatná pověst oproti jiným školám příslušné oblasti v době, kdy je počet potenciálních žáků vysoký, ale stane se překážkou, až tento počet klesne. I při dostatečném množství žáků škole dobrá pověst prospěje, bude-li si chtít žáky vybírat, nebo získat podporu pro rozvoj svých zařízení.

Marketing ve vztahu k žákům a rodičům může pomoci počty žáků udržet či zvýšit a získat potřebnou finanční podporu.

## 2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Důležitou funkcí výzkumu je pomocí marketingu v organizaci předpovědět chování a jednání zákazníků. Poskytuje údaje týkající se konkurence, trhu, prostředí a zejména spotřebitelů.

Marketingový výzkum můžeme definovat jako souhrn všech aktivit, které zkoumají všechny jevy a vztahy na trhu a vlivy marketingových nástrojů na ně.

Pomocí marketingového výzkumu jsou shromažďovány všechny typy chybějících informací, které by měla mít organizace k dispozici pro vlastní rozhodování a není je možno získat z ostatních částí informačního systému. Marketingový výzkum je systematické určování, sběr, analýza, vyhodnocování informací a závěrů odpovídajících určité marketingové situaci, před kterou organizace stojí.

V obecné rovině se metodologie marketingového výzkumu v nekomerční sféře neliší od metodologie obecné. Stejný je proces marketingového výzkumu i samotné metody výzkumu, způsoby zjišťování údajů i zásady výběru vzorku respondentů.

[8]

### 2.1 Marketingový výzkum jako proces

Každý konkrétní marketingový výzkum se vyznačuje určitými zvláštnostmi, který vyplývají z jedinečné povahy řešených problémů. V průběhu každého výzkumu však můžeme obecně rozlišit dvě hlavní etapy, a to etapu přípravy výzkumu a následně potom etapu realizace, včetně zpracování a analýzy zjištěných údajů. V rámci těchto etap se uskutečňuje několik po sobě následujících kroků, které spolu navzájem souvisejí a doplňují se.

Efektivní marketingový výzkum si můžeme přiblížit jako proces sestávající z následujících pěti kroků:

- definování problému cílů výzkumu;
- sestavení plánu výzkumu;
- shromáždění informací;
- analýza informací;
- prezentace výsledků.

### 2.1.1 Definování problému

Formulace problému je první a důležitou částí při marketingovém výzkumu. Tento krok vymezuje specifikaci problému, který má být prostřednictvím výzkumu řešen a určení příslušných informací, kterých bude zapotřebí.

Pokud není problém přesně definován, může se stát, že náklady výzkumu přesáhnou hodnotu přínosu, neboť výsledky budou o něčem jiném, než zadavatel potřebuje, a tudíž se celý projekt stává pro praktické řízení bezcenným.

Potřeba zkoumat určitý problém může vzniknout přímo z prvotních, často neurčitých signálů (například v písemných stížnostech občanů, zaměstnanců aj.), nebo na základě analýzy situace, pokud se projeví signály všeobecného charakteru.

Příčiny vzniku problému, ať již se jedná o vlastnosti výrobku, konkurenci, či distribuční problémy aj., jsou součástí specifikace problému a jejich odhalení umožní lépe stanovit další postup výzkumu.

### 2.1.2 Plán výzkumu

Plán je dalším krokem, který následuje po definování problému a cíle výzkumu. Přesněji vymezuje potřebné informace, postup jejich získání a plán dalšího postupu výzkumu.

Umožňuje kontrolovat průběh výzkumu. Plán výzkumu by měl obsahovat:

- formulaci zkoumaného problému, základní hypotézu řešení a určení výzkumného cíle a jeho zdůvodnění;
- předběžné představy o tom, co lze od výzkumu očekávat na rozdíl od dosavadních znalostí;
- stanovení informačních potřeb, jejich struktury a jejich zdrojů;
- navržení výběrového souboru, zdůvodnění jeho velikosti a složení, navržení místa a času realizace výzkumu;
- stanovení techniky výzkumu a nástrojů vhodných pro výzkum;
- určení způsobu kontaktování respondentů;
- předvýzkum, zpřesňující předcházející body a na základě praktického ověření sběru informací v terénu na malém vzorku;

- vlastní výzkum;
- statistické zpracování výsledků;
- interpretace a prezentace výsledků;
- časový rozvrh jednotlivých etap s uvedením odpovědného pracovníka;
- rozpočet nákladů výzkumu.

Poté co byl zpracován projekt výzkumu, určeny informace, které bude potřeba získat, postupy jejich zjištění a ověření, je možné přistoupit ke třetímu kroku a tím je sběr, tj. zjišťování údajů.

[6]

### 2.1.3 Zjišťování informací

Pracovníci provádějící marketingový výzkum mají k dispozici řadu zdrojů informací. Jednou z kategorií těchto informací jsou tzv. sekundární údaje.

Sekundární údaje zahrnují informace, které již byly zjištěny a zpracovány pro jiný účel. Důležitou výhodou využívání sekundárních údajů je úspora času, nižší náklady a snadnější dostupnost informací. V některých případech může již analýza sekundárních údajů vyřešit problém. Na druhé straně získané údaje nemusí být vždy přesné. Objektivita údajů je vždy důležitým faktorem.

Sekundární údaje jsou často kompromisem mezi údaji požadovanými a takovými, které lze snadno získat, a proto jsou levné. Obvykle jsou k dispozici údaje, často shromážděné za dlouhé období, takže z nich lze odvodit příslušné tendence.

Marketingový výzkum je ovšem důležitým informačním zdrojem tzv. primárních údajů, tj. údajů, které jsou náročně získávány výzkumem přímo v terénu dle specifických potřeb. Zdrojem těchto informací jsou nejčastěji zákazníci, konkurence a partnerské firmy.

Způsoby sběru primárních informací:

#### ***Pozorování***

Pozorování můžeme definovat jako metodu sběru primárních informací o zkoumaném objektu na základě bezprostředního vnímání a registrace všech údajů o pozorovaném objektu

tak, jak je určují cíle výzkumu. Spočívá v záměrném, cílevědomém a plánovitém sledování smyslově vnímatelných skutečností, aniž by pozorovatel do pozorovaných skutečností nějak zasahoval.

### ***Experiment***

Experimenty se v marketingovém výzkumu používají na měření účinku změn jednoho jevu na druhém. Mohou se uskutečňovat buď v laboratorních podmínkách nebo v terénu. Při zobecnění poznatků získaných prostřednictvím experimentálních postupů je třeba dbát jisté opatrnosti, protože informace jsou čerpány ze situací v podstatě uměle navozených a přitom ve velmi omezeném rozsahu. Experimenty se používají tam, kde se vyžadují přesné výsledky a oblast studia je úzká, takže je lze kontrolovat.

### ***Dotazování***

Dotazování patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu. Uskutečňuje se pomocí nástrojů a vhodně zvoleného kontaktu s nositelem informací. Můžeme jej definovat jako metodu sběru prvotní informace založenou na přímém (rozhovor) nebo zprostředkovaném (dotazník, anketa) verbálním kontaktu mezi výzkumníkem a respondentem.

Písemné dotazování patří k často používané technice dotazování. Je zprostředkován pomocí dotazníků. Při písemném dotazování je důležité zabezpečit vysokou míru návratnosti dotazníků. Teoreticky by měla být návratnost dotazníků 90 %, aby nebyl ohrožen výběrový záměr. V praxi bývá návratnost dotazníků obvykle nižší.

Výhody:

- výběr může být uskutečněn ze souboru o širokém územním rozložení;
- dotazovaný může věnovat zodpovězení otázek dostatek času a péče;
- nepřichází v úvahu možnost ovlivnění dotazovaného tazatelem;
- nepřítomnost tazatele může vést k větší upřímnosti odpovědí na kladené otázky, mohou být zodpovězeny i důvěrnější otázky;
- oproti ostatním technikám vyžaduje relativně méně organizačních příprav;
- náklady jsou ve srovnání s ostatními technikami šetření relativně nižší.

Nevýhody:

- šetření probíhá zpravidla delší dobu;
- možnosti formulace otázek jsou omezeny, otázky musí být velmi jednoduché a snadno zodpověditelné a dotazník musí být relativně krátký;
- nelze kontrolovat, jak respondent porozuměl otázkám.

Osobní dotazování je rovněž poměrně značně rozšířená technika šetření. Jedná se o standardizovaný rozhovor tazatele pouze s jedním respondentem. Osobní dotazování se může konat v domácnostech, na veřejných místech nebo v obchodních střediscích či prodejnách.

Výhody:

- šetření může proběhnout v poměrně krátkém čase;
- o subjekt šetření je možné získat informace rovněž pozorováním;
- při aplikaci výběrového šetření je možné přesněji dodržet struktury výběru;
- umožňuje klást složitější otázky a popř. objasňovat jejich význam názornými prostředky.

Nevýhody:

- způsob prezentace otázek tazatelem může ovlivnit odpovědi respondenta;
- někteří respondenti mohou mít při osobním rozhovoru zábrany, které by při aplikaci jiné techniky neměli;
- respondenti vědí, že mohou být identifikováni, což může bránit jejich ochotě poskytovat informace;
- při širším geografickém rozložení šetřeného souboru jsou poměrně vysoké finanční náklady.

Telefonické dotazování je v telefonizovaných zemích nejefektivnější technikou sběru informací. Telefonické dotazování se příliš neliší od dotazování osobního, pouze chybí

osobní kontakt. Tazatel musí být proto dobře připraven, protože kontakt může ztratit mnohem snadněji než při osobním dotazování.

Výhody:

- umožňuje snadno a rychle kontaktovat široce rozptýlený výběr;
- umožňuje opakovaný dotaz v kteroukoli denní dobu;
- respondent je skryt v jisté anonymitě a může poskytnout i upřímnější a otevřenější odpovědi;
- informace jsou získávány hospodárně.

Nevýhody:

- výběr je omezen pouze na účastníky telefonní sítě;
- nelze při něm využít názorné prostředky;
- nelze získat údaje přímým pozorováním šetřeného subjektu;
- musí být poměrně krátké, aby nenudilo nebo nezdržovalo respondenta;
- respondent, který nevidí tazatele, může být podezřívavý nebo nepřátelský.

[2], [7]

#### **2.1.4 Analýza údajů a závěry**

Jakmile byly marketingovým průzkumem zjištěny a shromážděny potřebné údaje, je dalším krokem jejich zpracování a analýza. Pracovníci, kteří provádějí výzkum a zpracování dat, zjišťují potřebné statistické veličiny vyjadřující četnosti výskytu, střední hodnoty, míry závislosti mezi proměnnými aj., jako podklad pro rozhodnutí managementu o řešení problému, který byl předmětem šetření. Výběr metod analýzy zjištěných dat závisí na cíli studie a způsobu získávání údajů.

#### **2.1.5 Prezentace výsledků**

Správná prezentace výsledků je velmi důležitá, protože umožňuje překlenout rozpor, který často existuje mezi výsledky a doporučeními výzkumu a rutinní činností organizace. Pouze účinná prezentace může ovlivnit aktivity organizace.

Výsledky výzkumu je možno prezentovat písemnou nebo ústní formou. Písemná prezentace má zpravidla formu závěrečné zprávy o průběhu výzkumu a jeho výsledcích.



## 2.2 Dotazník

Dotazník je formulář, určený k pokud možno přesnému a úplnému zaznamenávání zjišťovaných informací. Dobrý dotazník je mnohem více než jenom soubor otázek, neboť usměrňuje proces dotazování. Je to metodický nástroj výzkumu, nejfrekventovanější metoda, hromadné a poměrně rychlé získávání informací o znalostech, postojích atd. Jde o písemné kladení otázek a získávání písemných odpovědí.

Při tvorbě dotazníků je třeba dávat si pozor na jeho správné složení. Špatné sestavení dotazníku může zpochybnit získané informace a výsledky nemusí potom odpovídat potřebám a cílům výzkumu.

### 2.2.1 Formální úprava dotazníku

Dotazník musí na první pohled upoutat svojí grafickou úpravou, což významně ovlivní to, jak bude dotazník na respondenta působit. Jde o celkový vjem, jako je formát dotazníku, úprava první stránky, barva a kvalita papíru.

Měli bychom číslem nebo písmenem označit každou otázku a každou možnou variantu odpovědi – umožní nám to pozdější přepis dotazníku do počítače. Doba vyplňování dotazníku by neměla překročit 30 min. U dlouhodobých a obtížných dotazníků musíme počítat s tím, že respondenti budou ke konci unaveni a budou nepozorní. Pro děti by doba trvání vyplnění dotazníků měla být ještě kratší.

### 2.2.2 Stanovení struktury

Rozvažte pečlivě pořadí otázek. Otázky, které na sebe navazují dávejte do bloků, jednotlivé bloky můžete označit nadpisem. Dávejte pozor na to, aby pořadí otázek nemělo vliv na význam otázek. Dotazník by měl začínat lehčími a pokud možno příjemnými otázkami. Ty by měly respondenta zaujmout a přesvědčit ho, aby s námi spolupracoval. Střední část dotazníku může obsahovat otázky, které kladou větší nároky na tazatele. Závěrečná část dotazníku by měla obsahovat opět lehčí otázky, nad nimiž respondent nemusí přemýšlet.

### 2.2.3 Typologie otázek

Existují dva základní typy otázek: tzv. otevřené a tzv. uzavřené, případně jejich kombinace v podobě otázek polootevřených. Při koncipování otázky musí být současně uvažována i povaha očekávané odpovědi.

#### *Otevřené otázky*

V otevřené otázce nenabízíme respondentovi žádné varianty odpovědí. Může se vyjádřit tedy zcela svobodně, svými slovy.

Výhody:

- dotazovanému je ponechána volnost v odpovědi, není omezen variantami odpovědí;
- umožňují získat nepředpokládanou odpověď;
- umožňují získat věrnější pohled respondenta na předmět dotazu.

Nevýhody:

- vytváří často problémy při interpretaci odpovědí respondenta;
- z hlediska zpracování a analýzy je jejich aplikace časově náročná a zvyšuje náklady;
- mohou vést k přikládání větší váhy výřečnějším respondentům.

#### *Uzavřené otázky*

Uzavřené otázky předem nabízejí několik možných variant odpovědí, ze kterých je dotazovaný nucen si jednu nebo několik vybrat.

Výhody:

- rychlé a snadné vyplnění otázky a pozdější analýza;
- odpovědi jsou pro respondenta relativně snadné.

Nevýhody:

- neposkytují podrobné informace;
- jejich správná stylizace může být obtížná;
- nutí respondenta volit odpověď i když si s ní není jist.

#### 2.2.4 Formulace otázek

Otázky by měly být jasné, krátké, výstižné, smysluplné a jednoduché. Otázka musí být srozumitelná všem subjektům šetřeného souboru, bez ohledu na vzdělání, proto je nutné používat jednoduchý jazyk a známý slovník. Je nutné také vyloučit dlouhé otázky. Ty vedou k nesrozumitelnosti a můžou unavovat, respondent může odmítnout odpovědět.

Obecné otázky dávají obecnou odpověď, proto musí být dotaz co nejvíce specifický. Přesto by se neměl ptát na více různých věcí. Otázky by neměly být sugestivní, neměly by respondenta vést ke „správné odpovědi“. Otázka by také neměla obsahovat odpověď.

Chcete-li se na něco zeptat a je možné se na to zeptat přímo, zeptejte se na to. Teprve když budete mít pocit, že přímá otázka by mohla kreslit odpověď, ptejte se nepřímou. Ujistěte se, že nabízené možnosti odpovědí se nepřekrývají (např.: u kategorií věku).

V případech, kdy očekáváme, že respondenti nebudou ochotni odpovídat na některé otázky je dobré nabídnout respondentovi možnost „nechci odpovídat“, protože v opačném případě se může stát, že nám respondenti nebudou odpovídat pravdivě.

Nabízíme-li škálu odpovědí (např. spíše ano, ano, nevím, ne, spíše ne), potom lidé, kteří nemají vyhraněný názor budou mít tendenci odpovídat „nevím“. Je třeba zvážit, jestli chceme nebo nechceme polarizovat odpovědi respondentů tím, že neuvedeme prostřední možnost. Snažte se otázky co nejvíce zjednodušit, nepoužívejte souvětí.

[1], [3], [7]

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

### 3 CHARAKTERISTIKA ZŠ TRÁVNÍKY OTROKOVICE

Základní škola Trávníky poskytuje základní vzdělání dětem a mládeži již od 16. září 1975 podle platných osnov pro základní školu v 1. až 9. ročníku. Zřizovatelem základní školy je obec Otrokovice. ZŠ Trávníky Otrokovice hospodaří jako příspěvková organizace a má právní subjektivitu.



Od 1. ledna 2003 vykonává činnost základní školy a školní družiny. Jako základní škola poskytuje základní vzdělávání, jako školní družina poskytuje zájmové vzdělávání. Její činnost se řídí zákonem č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, v platném znění.

Areál školy tvoří budovy, kde jsou třídy 1. a 2. stupně a technické zázemí školy. V menších sousedních budovách je tělocvična, školní jídelna a třídy školní družiny. Vedle školy se nachází školní hřiště a přírodní školní zahrada.

Součástí školy je základní škola s kapacitou 810 žáků, školní družina s kapacitou 190 žáků a v neposlední řadě školní jídelna s kapacitou 850 jídel. Školu navštěvuje v průměru 530 žáků, se kterými pracuje 34 učitelů a vychovatelů. Provoz školy zajišťuje 10 správních zaměstnanců (uklízečky, školník) a o zajištění kvalitní stravy se stará 6 pracovníků školní jídelny.

Na základní škole Trávníky se vyučují dva cizí jazyky, a to angličtina a němčina. V matematice a fyzice se rozšiřuje problémová výuka a ve větší míře se prosazuje zpracování projektů v českém jazyce, dějepisu, zeměpisu, rodinné a občanské výchovy. Úspěšně se daří budovat mezipředmětovou spolupráci na projektech v rámci ročníku, stupně. S výsledky práce spolužáků jsou s úspěchem seznamováni ostatní žáci i rodiče na výstavních panelech v prostorách školy. Letos také probíhala příprava a tvorba nového školního vzdělávacího programu školy podle Rámcově vzdělávacího programu základního vzdělávání. Podle nového školního vzdělávacího plánu (ŠVP) se začne vyučovat v 1. a 6. ročníku ve školním roce 2007/2008. Této tvorbě předcházelo vyškolení 2 koordinátorek tvorby školního vzdělávacího programu základního vzdělávání v rámci národního projektu KOORDINÁTOR.

Mezi volitelné předměty na škole patří:

- pěstitelství, technické činnosti, informatika, vedení domácnosti, německý jazyk, technické kreslení a sportovní výchova

Mezi nepovinné předměty na škole patří:

- sborový zpěv, cvičení z jazyka českého a z matematiky, zájmová tělesná výchova a ekologie

Mezi zájmové kroužky školní družiny patří:

- výtvarná, sportovní a taneční výchova, flétna, anglický jazyk, dovedné ruce

ZŠ nabízí využití školní přírodní zahrady k exkurzím a názorné výuce okolním školám. Lze využít třídu v přírodě k výuce přírodopisu, pěstitelství i jiných předmětů. Dále trvá spolupráce se sdružením Chaloupky Kunčice a Tereza Praha v oblasti ekologie. Pokračuje i zapojení v programu Slunce do škol.

Hospodaření Základní školy Trávníky Otrokovice

*Tab. 1. Přehled nákladů a výnosů za I. pololetí roku 2006*

Text	Rozpočet	Skutečnost
Státní dotace + dotace z EU	15 903 460	8 139 460
Příspěvky od zřizovatele	6 861 000	1 750 000
Vlastní činnost	1 478 000	811 599
<b>Výnosy organizace celkem</b>	<b>24 242 460</b>	<b>10 701 059</b>
Sociální pojištění	2 874 000	1 431 465
Zdravotní pojištění	995 000	499 573
Tvorba FKSP	220 000	110 552
Učebnice a učební pomůcky	289 660	130 105
Pojištění Kooperativa	46 000	22 376
<b>Náklady organizace celkem</b>	<b>24 242 460</b>	<b>10 368 042</b>
<b>Hospodářský výsledek</b>		<b>333 017</b>

Zdroj: Pololetní zpráva hospodaření za rok 2006

V I. pololetí roku 2006 bylo v organizaci hospodařeno v souladu s plánem na rok 2006. Hospodaření organizace bylo vyrovnané a nebylo zaznamenáno žádné překročení závazných limitů přímých vzdělávacích neinvestičních nákladů ani překročení položek rozpočtovaných od zřizovatele. V roce 2006 příjmy z vlastní činnosti byly tvořeny příjmy za stravné, příjmy za školné ve školní družině a kreditními úroky z bankovních účtů. Doplňková činnost za období leden - červen roku 2006 spočívala v pronájmu nebytových prostor. Příjmy z této doplňkové činnosti budou naší organizaci plynout i v následujícím pololetí.

## 4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI RODIČI

Tato část obsahuje obecný souhrn a podíly zapojených rodičů, informaci o kvalitě dat získaných z dotazníků, zajímavá fakta o podmínkách školy. Hlavní část tvoří výsledky dotazníkového šetření v textové i grafické podobě doplněné komentářem.

Díky této části zprávy se dozvíte souhrnné výsledky. Zjistíte například, jaký je převládající názor na výuku ve škole, jak rodiče hodnotí bezpečnost a komunikaci se školou a učiteli, a co mohou rodiče udělat ve smyslu spolupráce. Dozvíte se, jak se liší názory rodičů dětí prvního a druhého stupně.

Dotazník je tvořen 42 uzavřenými otázkami, ale dává možnost rodičům vyjádřit svůj názor, popřípadě vyslovit připomínky či dotazy. Pro analýzu jsem zvolila nejdůležitější okruhy, které byly stanoveny mezi prioritní cíle dotazníkového šetření.

Pro dotazníkové šetření byl vybrán vzorek 230 rodičů. 150 dotazníků bylo rozdáno rodičům dětí prvního stupně a 80 dotazníků bylo rozdáno na druhém stupni.

*Tab. 2. Návratnost dotazníkového šetření*

	Počet rozdaných dotazníků	Počet vrácených dotazníků	Návratnost v %
1. stupeň	150	143	95,33
2. stupeň	80	73	91,25
Celkem	230	216	93,91

Zdroj: vlastní

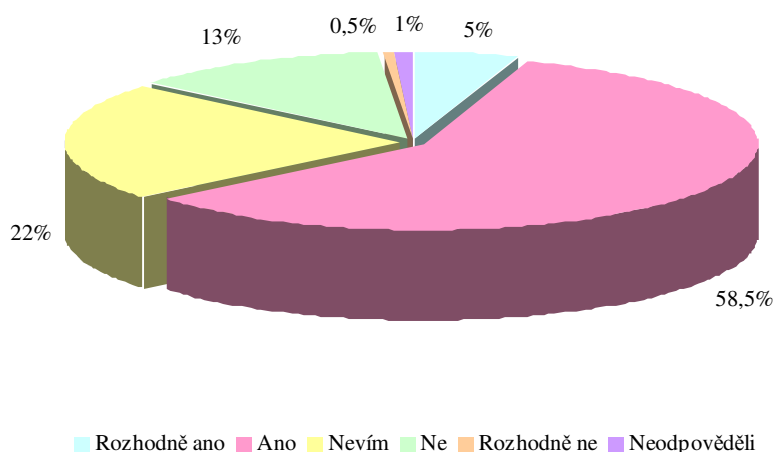
### 4.1 Výuka ve škole

Dnešní státní školství vypadá už docela jinak, než školství dřívější. Klasické vyučování je postupně doplňováno novými formami výuky, jako je projektové nebo skupinové vyučování. Upouští se od pouhého memorování poznatků. Důraz je kladen na schopnost informace vyhledávat a správně aplikovat, hodně se diskutuje. Učitelé jsou vstřícnější a snaží se dětem vytvářet ve třídách rodinné prostředí a příjemnou atmosféru. Učí se jinak, nově – víc srdcem než rozumem.



Na otázky, které se zabývaly problematikou výuky a jejími jednotlivými aspekty odpovídali dotazovaní rodiče vesměs kladně. Rodiče měli vždy na výběr z pěti odpovědí. Rozhodně ano, ano, nevím, ne a rozhodně ne.

Graf 1. Naše názory se plně shodují s názory většiny učitelů.



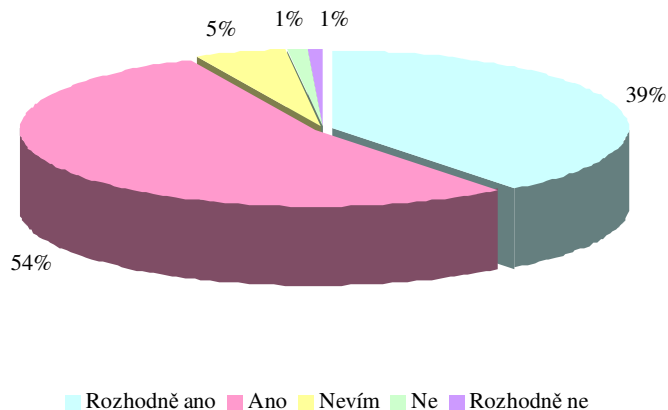
Názory rodičů na vyučování se poměrně často shodují s většinou učitelů (60 % dotazovaných). 20 % rodičů na tuto otázku nenašlo odpověď a jedno procento dotázaných neodpovědělo vůbec. Mezi nerozhodnými rodiči převažovali rodiče druhého stupně (až 26 % se nedokázalo rozhodnout). Rodiče dětí prvního stupně převážně souhlasili (66 % dotazovaných) a jejich názory na vyučování se plně shodují.

Na otázku, zda mají rodiče jasnou představu, jak zlepšit výuku, odpovídali rodiče záporně nebo volili často odpověď „nevím“. Odpovědi se nelišily, šlo-li o rodiče prvního či druhého stupně. Až necelých 9 % rodičů na otázku vůbec neodpovědělo. Šlo o 18 rodičů. (13 dotázaných má děti na prvním stupni.)

Rodiče jsou spíše nerozhodní s otázkou o poskytování stejné kvalitní péče bez ohledu, zda jsou žáci nadaní nebo mají problémy (38 % zvolilo tuto možnost). 5 % rodičů na otázku neodpovědělo.

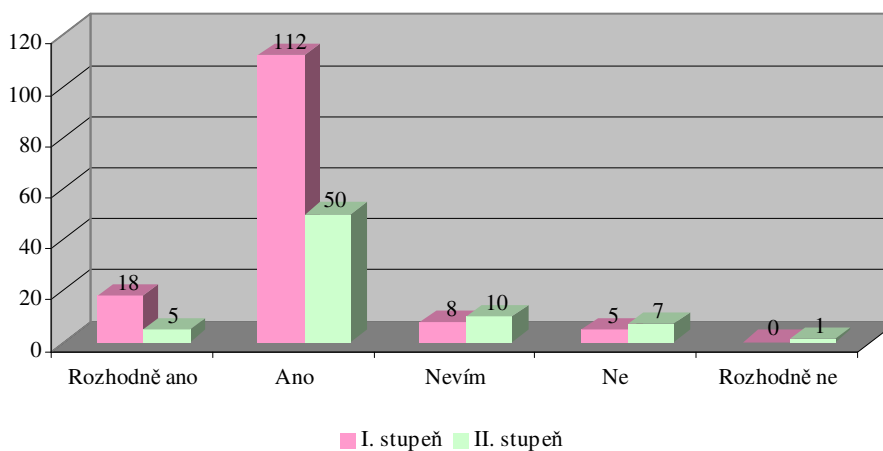
75 % všech rodičů má dojem, že učitelé plně respektují dohody s nimi ohledně postupů jejich výuky. 20 % na otázku reagovalo nerozhodně, zbylých 5 % zvolilo záporné odpovědi (ne, rozhodně ne).

Graf 2. Očekáváme, že tato škola dobře připraví naše dítě na další vzdělání.



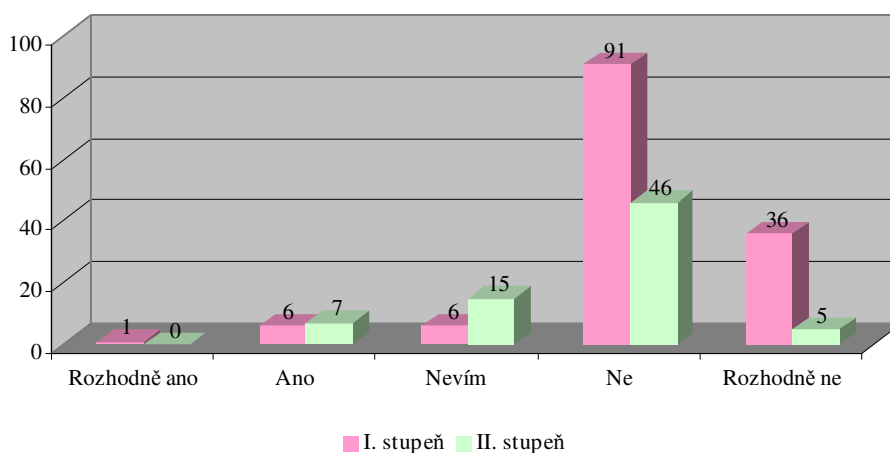
Graf č. 2 se zabývá tím, zda dává úroveň výuky na škole dětem pevné základy pro další vzdělávání. Jak je patrné menšina z rodičů se přiklonila k záporné odpovědi ( necelá 2 %). 6 % rodičů nedokázalo tuto otázku posoudit. Jedná se vesměs o rodiče, které mají dítě na škole na prvním stupni. Výrazně kladně je hodnocena schopnost školy připravit dítě na další vzdělání od rodičů druhého stupně. Kde až 42 % volilo odpověď „rozhodně ano“. Rodiče žáků I. stupně častěji odpovídali prostřednictvím možnosti „ano“ (57 % rodičů I. stupně).

Graf 3. Hodnocení našeho dítěte ve škole považujeme většinou za spravedlivé a objektivní.



Většina rodičů si myslí, že jsou jejich děti ve škole hodnoceni objektivně (86 % všech dotázaných volilo kladnou odpověď). 13 rodičů (6,5 % dotázaných) není spokojeno s hodnocením jejich dítěte, z čehož 8 jsou rodiče žáků druhého stupně. Nejméně důležitými nástroji, vedle testů a zkoušení, jsou pozorování a informace o práci žáka v průběhu školního roku. Komplexní hodnocení je proto objektivnější a spravedlivější, pro žáky více motivující.

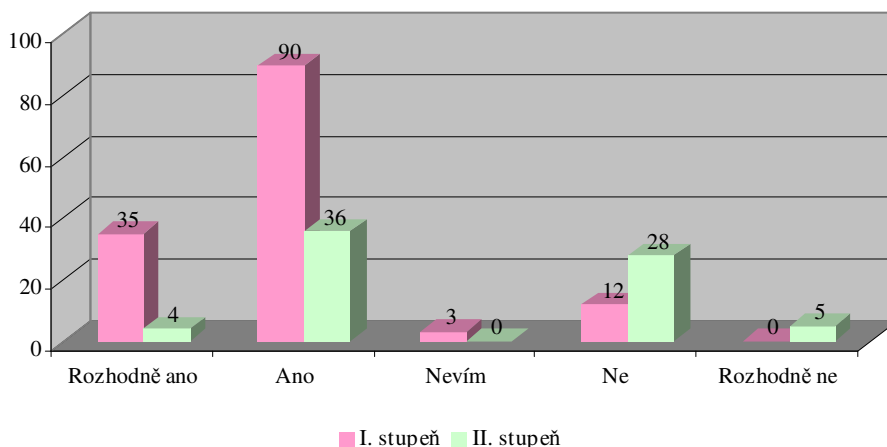
Graf 4. Učitelé našeho dítěte se nám jeví jako málo tolerantní a příliš přísní.



Z grafu je patrné, že učitelé, podle rodičů žáky nepřetěžují, jsou tolerantní a nejsou přísní, ale rozdíly mezi rodiči starších a mladších žáků jsou patrné. Rodiče mladších žáků nejvíce jako druhou možnost volili odpověď „rozhodně ne“. Rodiče starších žáků se spíše přikláněli k odpovědi „nevím“.

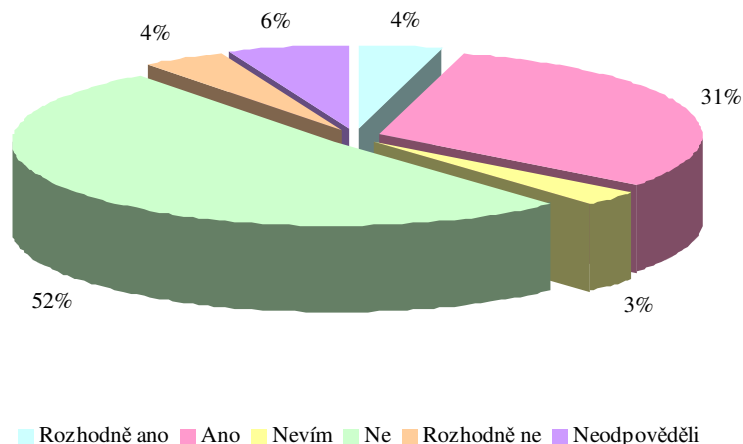
Individuální potřeby jednotlivých žáků respektuje podle názoru rodičů polovina učitelů. Přesto tento názor převládá spíše u rodičů žáků prvního stupně (49 % dotázaných). Rodiče dětí II. stupně se na otázku z větší části (42 % dotázaných) vyjádřili neutrálně a zvolili možnost „nevím“.

Graf 5. Jsme spokojeni se školními výsledky, kterých naše dítě ve škole dosahuje.



165 rodičů (celých 76,5 %) je spokojeno s výsledky, kterých ve škole dosahují jejich děti. 18 % z nich zvolilo možnost „rozhodně ano“, ale stejné procento rodičů odpovídalo záporně. Rodiče žáků prvního stupně se spíše přikláněli ke kladným odpovědím (87 % rodičů z I. stupně). Zato možnost nespokojenosti s výsledky převažovala u rodičů stupně druhého, kde 70 % odpovědí tvořilo možnost „ne“.

Graf 6. Naše dítě má často strach či obavy z některých předmětů.



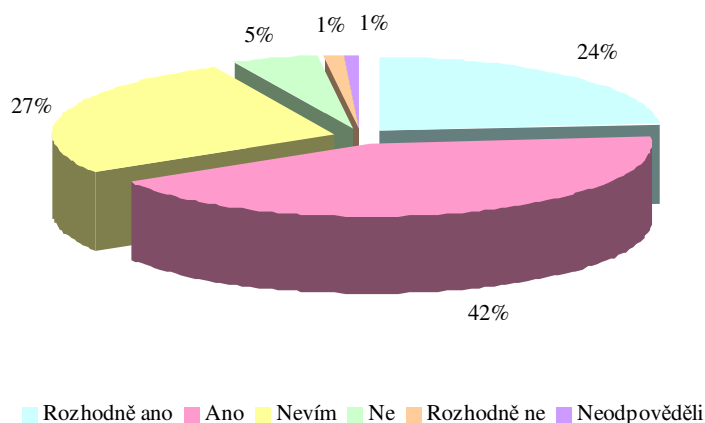
Polovina dotazovaných (52 %) rodičů nevidí problém, ze strachu či obavy z předmětů, u svých potomků. Přesto 35 % volilo na tuto otázku kladnou odpověď. Zhruba 42 % rodičů dětí druhého stupně odpovídalo stejně na tuto otázku jak pomocí možnosti „ne“ tak

i „ano“. Je zajímavé, že 13 dotázaných na tuto otázku vůbec neodpověděli. Všichni tito rodiče mají dítě na prvním stupni. Ostatní rodiče mladších žáků mají názor převážně kladný.

## 4.2 Komunikace mezi rodiči a školou

Současná praxe drtivé většiny škol v oblasti forem komunikace s rodiči žáků je pořádání třídních schůzek, informování pomocí žákovské knížky, osobní návštěvy rodičů ve škole na pozvání školy, dny otevřených dveří. Některé školy využívají intenzivně všechny tyto formy a ještě mnoho dalších. Naopak další zůstávají u tradičních třídních schůzek a dopisování si prostřednictvím žákovské knížky.

Graf 7. Když se žák dostane ve škole do nějakých problémů, má v každém případě možnost nejprve vysvětlit, jak se to stalo.

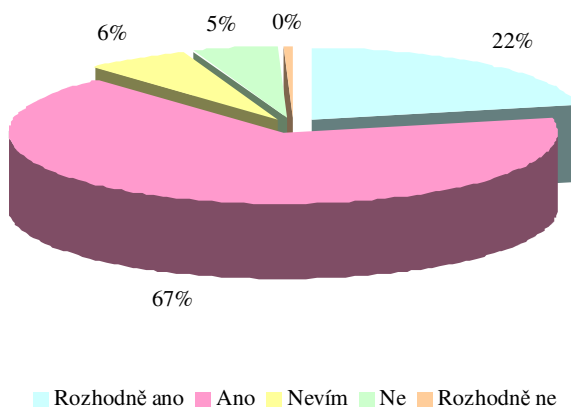


Z grafu je patrná převaha kladného názoru na problematiku nekázně dětí ve škole. 143 rodičů vidí možnost ve vysvětlení problémů ve škole, dříve než jsou vyvozeny důsledky. 27 % dotázaných odpovídalo nerozhodně. Tuto možnost volilo spíše více rodičů žáků prvního stupně. Je to dáno taky tím, že mladší žáci nejsou převážně problémoví a rodiče nemají s touto problematikou zkušenosti.

Rodiče mají při jednání ve škole pocit rovnocenného partnerství. Podle 70 % dotázaných rodičů souhlasí, že při řešení problému svých dětí je okamžitě informováno školou. 27 % rodičů překvapivě zvolilo možnost „nevím“. Přitom převážná část rodičů (celých 97 %)

rozhodně souhlasí s jejich aktivní pomocí při řešení vážného problému jejich dítěte. Zbylé 3 % neodpověděli či zvolilo možnost „nevím“.

Graf 8. Je-li to nutné v zájmu dítěte, lze konzultovat některé otázky s učitelem a zavolat mu do školy.



Rodiče sdílí současně názor, že učitelé umožňují otázky ohledně jednotlivých dětí řešit individuálně. Až 22 % je rozhodně přesvědčeno o této možnosti. Nezanedbatelné je také procento rodičů (až 67 %), které odpovídalo kladně. Jen 5,5 % není spokojeno s přístupem učitelů při řešení problémů jejich dětí. Stejně procento se nedokázalo rozhodnout. Na tuto otázku odpověděli všichni dotazovaní rodiče. Názory rodičů mladších a starších žáků jsou vyrovnané, nejsou patrné rozdíly.

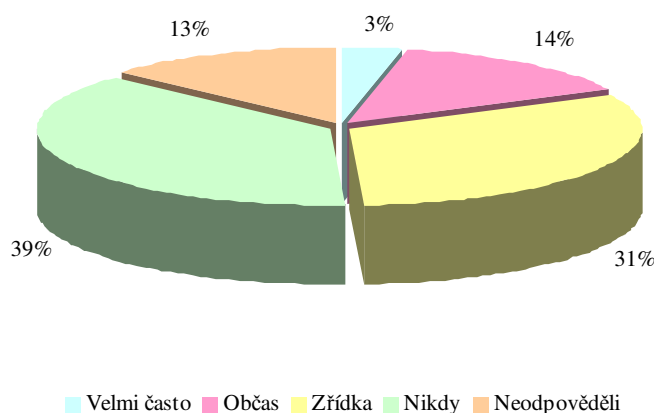
Na otázku, zda učitelé poskytují informace, které by lépe pomohly k spolupráci se školou odpovědělo 42 % rodičů „nikdy“, přičemž stejná část odpovědělo zřídka.

Rodiče se nejvíc zajímají o prospěch a chování dětí. 56,5 % dotázaných považuje informace o prospěchu za velmi důležité a 32 % za důležité. Celé 3 % si myslí, že prospěch jejich potomka není důležitý, alespoň informace o něm. Přičemž převažuje zájem o individuální konzultace nad třídními schůzkami.

### 4.3 Spolupráce rodičů se školou

Vzájemná spolupráce rodičů a učitelů musí být dnes považována za samozřejmost. Jedná se však o téma nesmírně citlivé, které se v praxi může stát zdrojem mnoha konfliktů a roztrpčení. Je potřeba si uvědomit, že těsnou spoluprací rodičů a učitelů získají obě strany. Informace poskytované rodičům musí být podávány přehledně a srozumitelně. Mimo formálních akcí pořádaných pro rodiče (třídní schůzky, konzultace) bývají rodiče, zejména prvního, stupně zváni do vyučování.

Graf 9. Škola nedává příliš mnoho prostoru ke spolupráci rodičů, kteří by se chtěli v jejím zájmu angažovat.

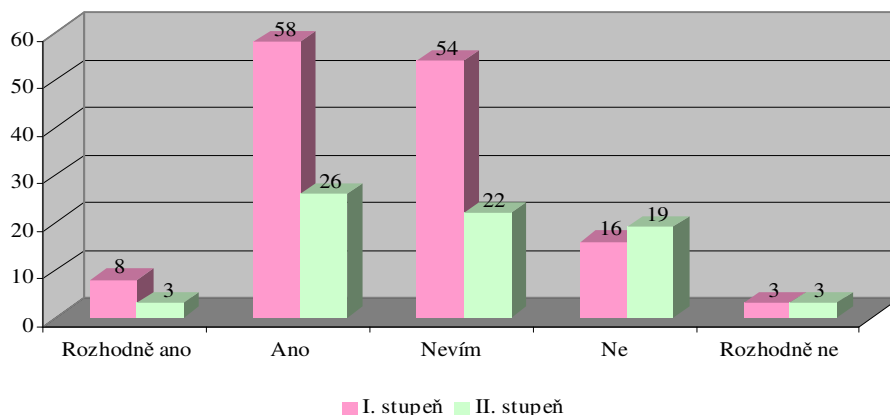


Celých 40 % rodičů má dojem, že škola nerada spolupracuje s rodiči ve smyslu aktivní pomoci při různých akcích, které škola pořádá. Tento názor zastávají jak rodiče žáků prvního tak i druhého stupně. 28 rodičů na tuto otázku vůbec neodpovědělo.

79 % rodičů věří, že spolupráce s učiteli jejich dítěte je na velmi dobré úrovni, neboť je založena na vzájemném respektu. Rodiče jsou také přesvědčení o nutnosti vzájemné spolupráce s učiteli.

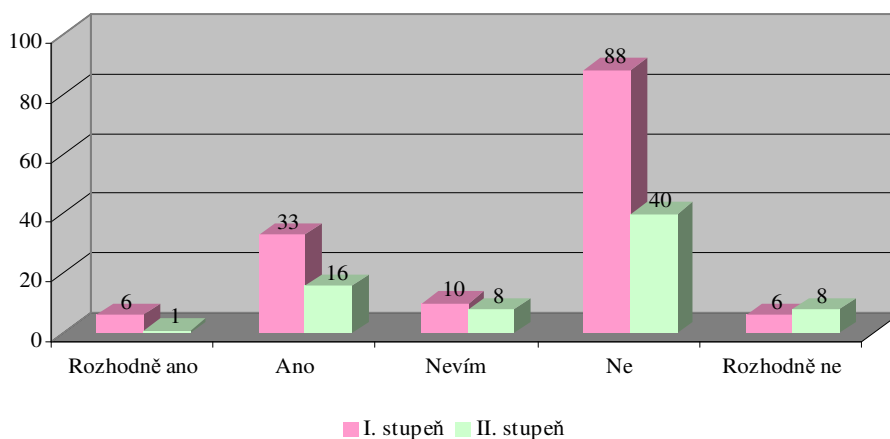
#### 4.4 Bezpečnost dětí ve škole

Graf 10. Domníváme se, že našemu dítěti je ve škole zaručena naprostá bezpečnost.



44 % rodičů se domnívá, že dítěti je ve škole zaručena naprostá bezpečnost. 76 si není jisto, a proto volili možnost „nevím“ a dalších 19 % se obává o bezpečnost svých dětí. 4 rodiče neposkytli odpověď na tuto otázku.

Graf 11. Naše dítě má často strach či obavy z chování některých spolužáků.



Rodičů žáků jsme se zeptali, jestli je znepokojuje chování některých žáků školy k jejich dítěti. 60 % rodičů tento problém nevidí. Přesto 23 % rodičů obavy z chování spolužáků vlastních dětí mají. Není zřejmě překvapivé, že u rodičů žáků na prvním stupni jsou obavy o něco vyšší, než je tomu u rodičů žáků ve vyšších ročnících. Nejmenší míra obav se projevuje u rodičů „deváťáků“.



## 5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI ŽÁKY ZŠ TRÁVNÍKY

Tato část bakalářské práce přináší zajímavé zjištění, trendy a tendence na základě výsledků dotazníkového šetření pro žáky ZŠ Trávníky Otrokovice.

Žáci mají možnost vyslovit se prostřednictvím dotazníku k nejdůležitějším problémům a naopak přednostem své školy, tak jak je vidí ze svého pohledu. Na počátku jsme si stanovili několik otázek, na které jsme pomocí dotazníkového šetření chtěli získat odpověď. Dozvíme se například názor žáků na bezpečnost ve škole, dále jaké převládají vztahy mezi učiteli a žáky, zjistíme zda jsou žáci spokojeni ve škole a zda žákům vyhovuje materiální zázemí.

Hlavní část tvoří výsledky dotazníkového šetření v textové i grafické podobě doplněné komentářem. Dotazník byl anonymní, dětem byl rozdáván v průběhu jednoho týdne ve vyučování občanské či rodinné výchovy. Pro správné pochopení a vyplnění bylo nezbytné, aby dotazník děti vyplňovaly ve škole. Pro jejich případné dotazy.

Dotazníkové šetření pracuje se subjektivními názory žáků a žádná správa nemůže dokonale posoudit všechny okolnosti podmínky respondentů. Dotazníkového šetření se zúčastnilo náhodně vybraných 318 žáků a žákyn z čtvrtých až devátých ročníků. Žáci 4. a 5. ročníků odpovídali na 12 otázek. Vždy měli na výběr odpovědi ze škály možností. Žáci vyšších ročníků měli o 2 otázky navíc. Poslední otázka byla vždy doplňovací, kde měli děti napsat svůj názor, svoje postřehy nebo připomínky.

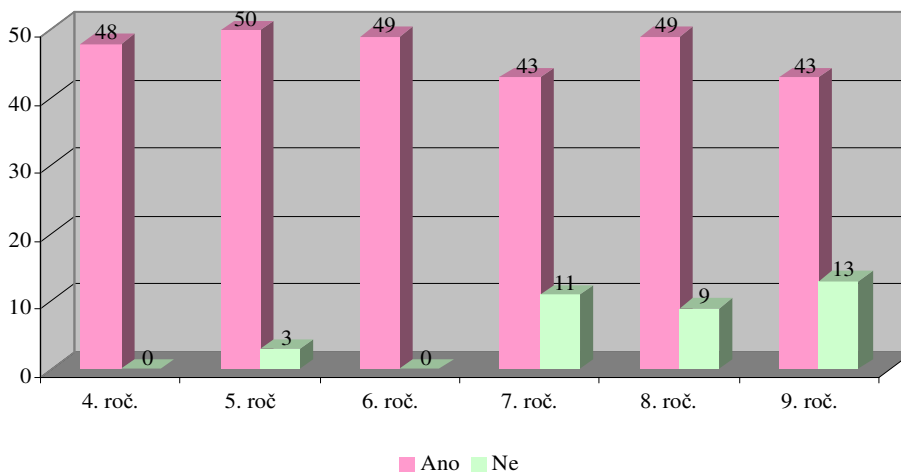
Tab. 3. Vzorek dotazníkového šetření

Ročník	Dívky		Chlapci		Celkem
	Absolutní hod.	Relativní hod.	Absolutní hod.	Relativní hod.	
4	22	45,83 %	26	54,17 %	48
5	27	50,94 %	26	49,06 %	53
6	19	38,78 %	30	61,22 %	49
7	23	42,59 %	31	57,41 %	54
8	29	50,00 %	29	50,00 %	58
9	26	46,42 %	30	53,58 %	56
Celkem	146	45,91 %	172	54,09 %	318

Zdroj: vlastní

Pro přehlednost je tato část zpracována podle pořadí otázek z dotazníku, který najdeme v příloze III.

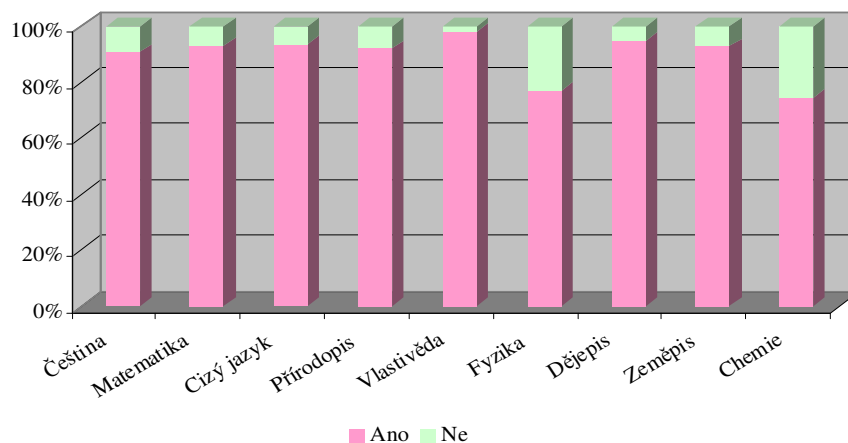
Graf 12. Jsi rád(a), že můžeš chodit právě do téhle školy?



Desetina dotazovaných dětí není rádo, že navštěvuje právě tuto školu. Nejvíce dětí, kteří nejsou spokojeni s výběrem školy chodí do vyšších ročníků. Jde zejména o 7. a 9. třídu. Nespokojeni jsou jak chlapci, tak i děvčata v poměru 50:50.

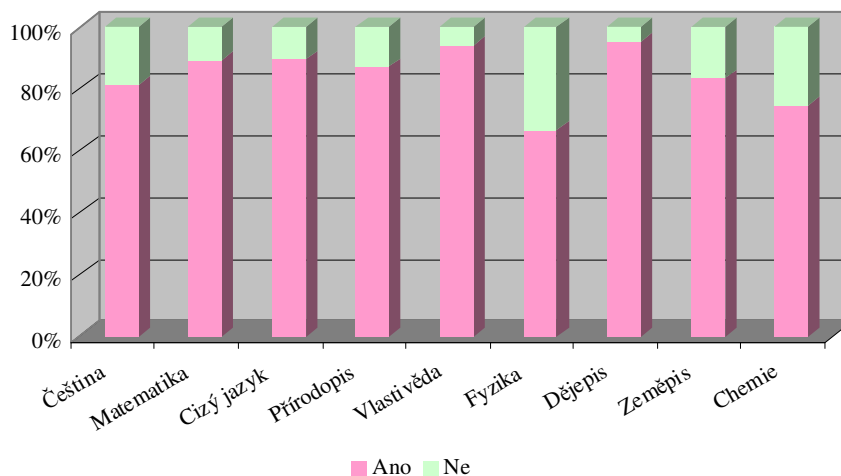
Následuje pět otázek, kterými jsem chtěla zjistit názory dětí na jednotlivé předměty zvlášť. Děti všech ročníků odpovídali na otázky, které se zaměřily na tyto předměty: český jazyk, matematika, cizí jazyk a přírodopis (přírodověda). Vlastivěda se vyučuje jen u žáků 4. a 5. ročníku. Dějepis, zeměpis a fyzika se vyučuje na základní škole od 6. ročníku a v 8. třídě přibývá chemie.

Graf 13. Můžeš se zeptat pana učitele, když něčemu nerozumíš, nebo si nestihneš něco zapsat?



U většiny předmětů převládá kladná odpověď. Výjimku dělá fyzika, kde záporně odpovědělo nejvíc žáků ze 7. ročníku (celých 66 %). V chemii se bojí zeptat nejvíce žáků z 8. ročníku. Desetina dětí si myslí, že se na učitele z nějakého důvodu nemohou obrátit s prosbou o pomoc, přitom by nikdo z učitelů neodmítl žáka, který žádá o pomoc, naopak učitelé si stěžují, že žáci o pomoc ze strachu nepoprosí.

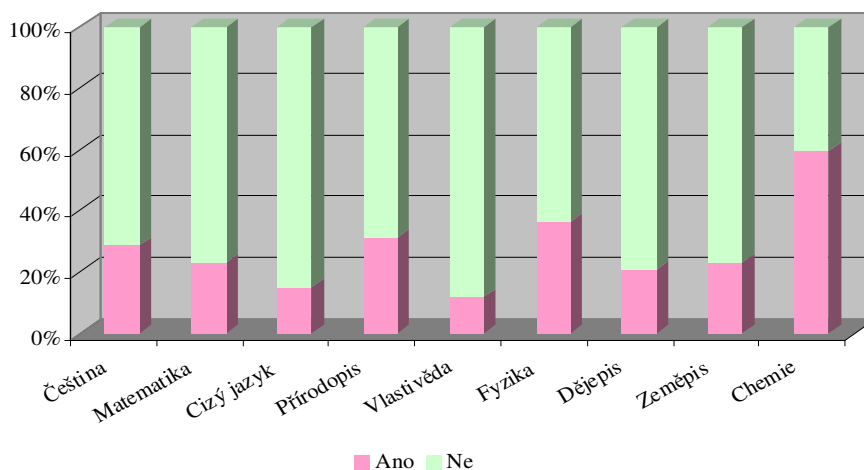
Graf 14. Věnuje učitel všem žákům stejnou pozornost, ať u se učí dobře nebo špatně?



60 % žáků z 8. ročníků není přesvědčeno o objektivitě profesorů vyučujících fyziku, 42 % dětí z deváté třídy s nimi souhlasí. Druhým předmětem, kde žáci na tuto otázku odpovídali záporně byla chemie. Celých 25 % žáků si myslí, že vyučující z chemie nevěnuje stejnou pozornost. S narůstajícím věkem žáci vyšších ročníků odpovídali více záporně na tuto

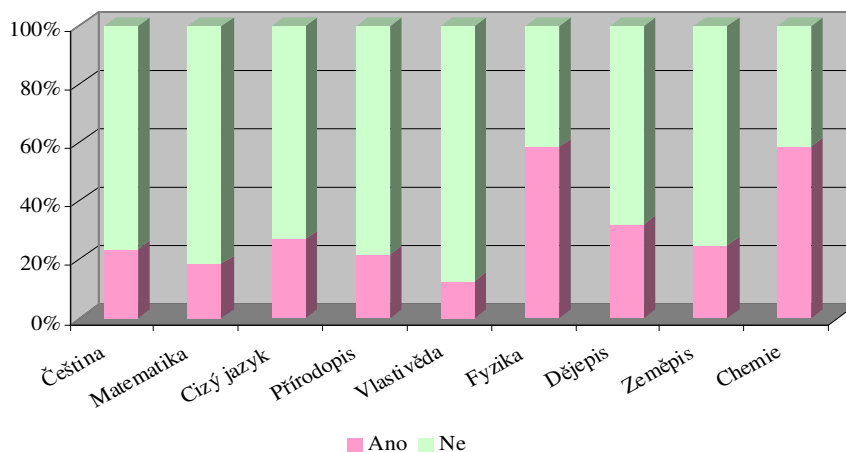
otázku, než-li jejich mladší spolužáci. Jen 4,5 % děti ze čtvrtého ročníku odpovědělo záporně, u „pátáků“ je to už 5,3 %, u dětí ze šestého ročníku 6 %. Velký nárůst se projevuje u žáků ze sedmého ročníku, kde až 18,5 % odpovědělo záporně. U „osmáků“ tvoří záporné odpovědi 20 % a 24 % u dětí z deváté třídy.

Graf 15. Je Váš učitel příliš přísný?



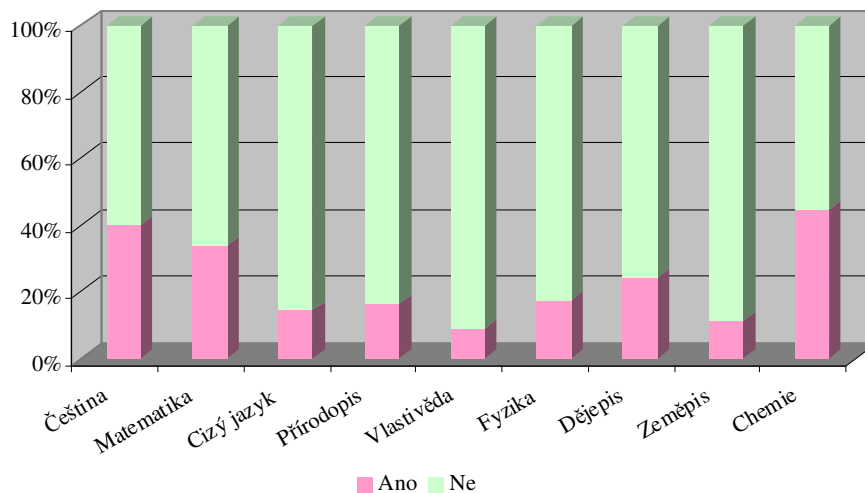
Jako u dvou předcházejících grafů si lze všimnout, že fyzika a chemie nepatří mezi oblíbené předměty mezi žáky. Celých 60 % dětí si myslí, že je jejich učitel z chemie příliš přísný. Přitom 66 % těchto dětí tvoří žáci z devátých tříd. Nejvíce žáků, kteří si myslí, že vyučující z fyziky jsou přísní navštěvuje 8. ročník (je to až 60 %), „deváťáci a sedmáci“ jsou z 30 % přesvědčeni o pedantnosti učitelů. Překvapující je také to, že 45 % žáků jak ze 6. ročníku tak i ze 7. ročníku odpovědělo na tuto otázku kladně v případě přírodopisu. Nejmladším z dotazovaných se nejvíce zdají přísní vyučující cizího jazyka (až 35 %). Zvláštností je také celých 57 % kladných odpovědí u dětí ze 7. ročníku, u kterých převládá názor, že vyučující z češtiny jsou přísní. Odpovídali tak častěji než jejich spolužáci z jiných ročníků.

Graf 16. Učí se hodně věcí nazpaměť, přestože vlastně moc nevíš, co to znamená?



58 % dětí nerozumí tomu co se učí v chemii a ve fyzice. Celých 62 % „osmáků“ se látku z chemie učí nazpaměť. Ve fyzice se procento s narůstajícím věkem také zvyšuje. V osmé třídě tvoří 80 % dětí, kteří by spíše při učení potřebovali výklad látky. Výrazné procenta kladné odpovědi, lze zaznamenat také u dějepisu. Kde až 36 % dotázaných z deváté třídy se text z literatury učí nazpaměť, jejich mladší spolužáci tento problém vidí také, ale již v menším, ale nezanedbatelném procentu. U mladších spolužáků převažuje neznalost textu hlavně u cizích jazyků (45 % dětí ze šesté třídy), ale s narůstajícím věkem si lze všimnout ztráty obavy a s ustupováním tohoto problému (25 % dětí z deváté třídy).

Graf 17. Máš pocit, že učitel chce od vás hodně učení a domácích úkolů?

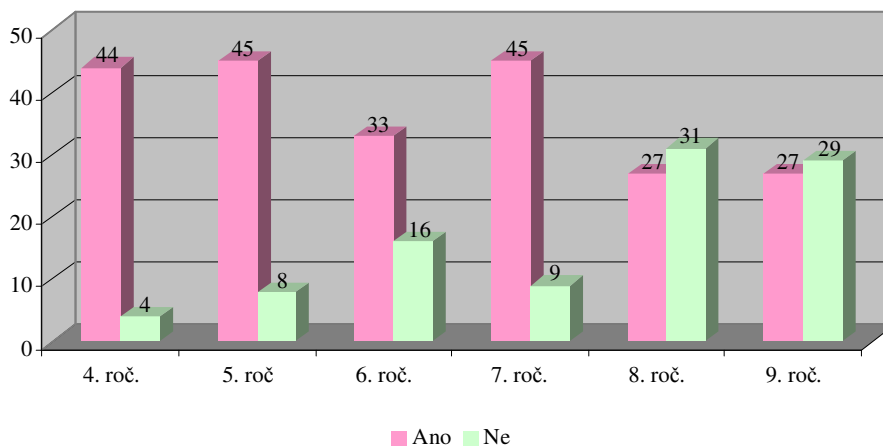


Podle dotázaných jsou nejvíce přetěžováni žáci 8. ročníku, kde až třetina odpovídala na tuto otázku kladně. Podle nich jsou nejvíce přetěžováni v chemii (46,5 %), v matematice (44,8 %) a na třetím místě u žáků z osmých tříd je český jazyk, kde 37,9 % dětí na otázku odpovědělo kladně. Zajímavý je trend u českého jazyka, kde pětina „čtvťáků a paťáků“ mají pocit, že dostávají hodně úkolů. U dětí ze šesté a sedmé třídy to dělá již kolem 65 % a u starších spolužáků tento trend zase klesá na hranici 35 %. Nejstarší na škole vidí problém nejvíce v matematice, kde z 66 % převládá názor, že dostávají hodně úkolů a jsou přetěžováni. Nejméně úkolů dostávají žáci čtvrtých tříd z předmětu vlastivěda, kde si na množství nestěžoval ani jeden žáček.

Dalším stanoveným cílem dotazníkového šetření je bezpečnost. Škola je mikromodelem našeho života a tudíž se zcela zákonitě musíme setkávat ve škole se stejnými jevy, které se projevují v naší společnosti. Ve škole se vyskytují různé druhy násilí, ať je to šikana, zneužívání moci učitelem či šikana ze strany žáka k učiteli.

Postoj a místo profesora by mělo být nadřazeno studentovi. Mezi důvody, když se žákovi znelíbí profesor, patří např.: staromódnost profesora, chybějící autorita či věk.

Graf 18. Máš výhrady k tomu, jak se někteří tvoji spolužáci chovají k učitelům?

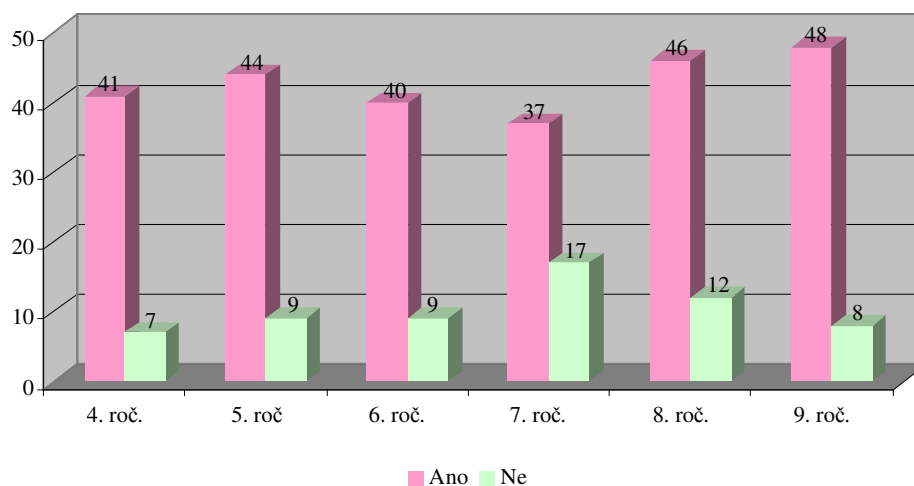


Celých 70 % dotázaných není spokojeno, jak se někteří spolužáci chovají k učitelům. Na grafu jde vidět, že mezi nespokojenými převládají žáci z 4, 5 a 7 tříd. Mezi staršími

žáky je více chlapců, kteří nemají výhrady. Překvapující je to, že sami žáci upozorňují na tento negativní jev.

Již od 1. třídy na ZŠ se podstatně změní život dítěte. Dítě, se ocitá v novém prostředí, má nové povinnosti a vytváří si nové vztahy. Celková atmosféra ve škole má velký vliv na chování dítěte ve školním kolektivu. Na výuce se velmi odráží pocit žáka či žákyně ze školy. Je velmi důležité zda se dítě cítí ve škole bezpečně.

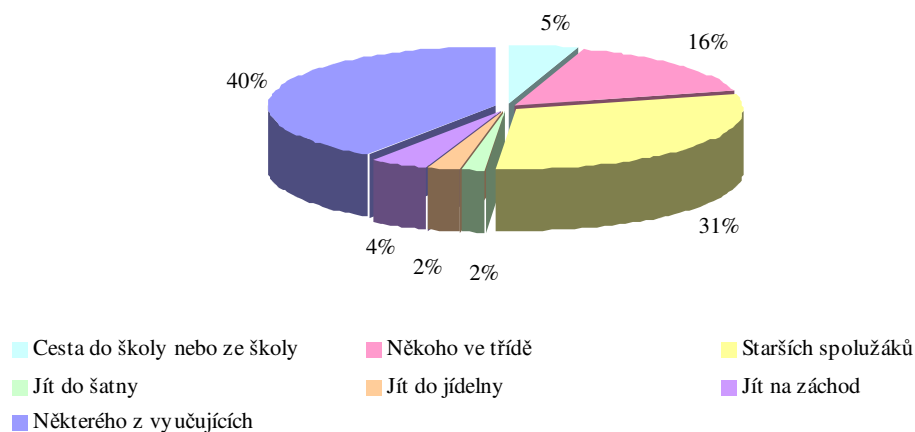
Graf 19. Cítíš se ve škole bezpečně?



Z grafu jde vidět, že pocit jistoty a bezpečí se v 6. a 7. třídě snižuje a z nabývajícím věkem zase sílí. Celých 80 % žáků se ve škole cítí bezpečně. Nejvíce dotazovaných, kteří mají strach navštěvují 7. třídu a jsou to převážně chlapci.

V grafu jsou zachyceny odpovědi žáků, kteří měli, na seznamu 8 různých možností, zaškrtnout všeho čeho se bojí. 57 % žáků z dotazovaných zaškrtnulo možnost, že se ničeho nebojí. Ostatních 43 % odpovídalo následovně.

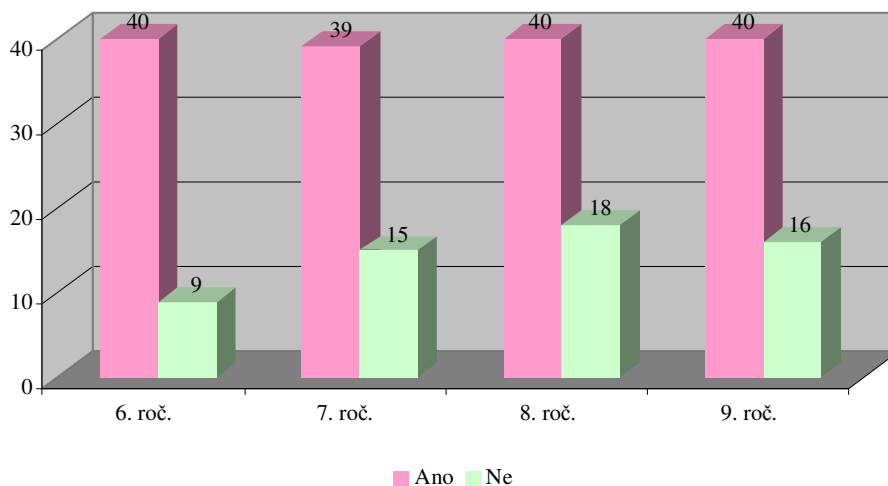
Graf 20. Zaškrtni to, čeho se bojíš?



Nejvíce se žáci bojí některého z vyučujících (nejvyšší hodnoty se vyskytují u žáků 7. tříd, téměř 30 %), pak starších spolužáků (kde se nejvíce bojí žáci 5. a 6. tříd, oba ročníky dosahují téměř 35 %) a následuje strach se spolužáka ve třídě, kde až 20 % žáků z 5. tříd odpovědělo kladně. Nejméně strachu mají dívky i chlapci z 8. a 9. ročníků, kteří mívají převážně strach jen z vyučujících.

ZŠ Trávníky Otrokovice nabízí 7 volitelných, 5 nepovinných předmětů a 5 zájmových kroužků školní družiny. Přesto necelých 30 % žáků 6, 7, 8, a 9 ročníků nejsou spokojeni s počtem volitelných kroužků či předmětů.

Graf 21. Vyhovuje ti počet volitelných předmětů a kroužků?





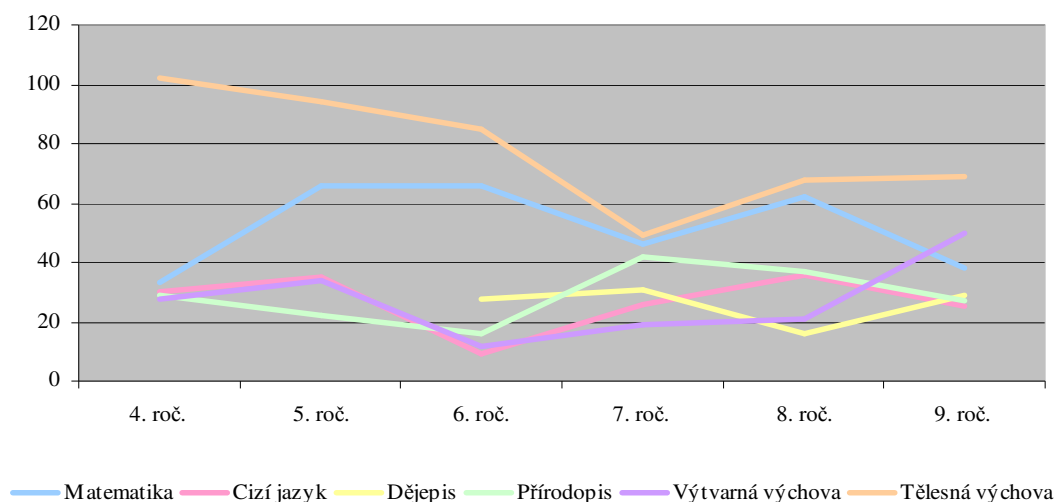
Nejvíce žáků, kterým dostačují volitelné předměty, navštěvují 8. ročník ZŠ (téměř 31 %). Spíše nespokojené jsou dívky 9. tříd (celých 17 % z nespokojených) a chlapci 7. tříd (až 20 % nespokojených dětí).

Dostatečný počet volitelných předmětů je asi obtížné zhodnotit. Žáci do jejichž představ se nabídka školy volitelných předmětů „strefila“ jsou samozřejmě spokojeni, ostatní jsou nespokojeni, proto je důležité se také zeptat, o jaký volitelný předmět by děti měly zájem.

Převážně všem žákům 6., 7., 8. a 9. ročníků chybí na škole více cizích jazyků. Děti si psali hlavně o francouzštinu, italštinu, ruštinu, latinu, o anglickou konverzaci a jeden žák 9. ročníků by si přál na škole volitelnou výuku japonštiny. Dále si dívky psaly o hudební, taneční a výtvarné kroužky. Chlapcům chybí sportovní aktivity, jako fotbal, bojové umění, plavání, florbal, motokáry, snowboard a skateboard. Mezi chybějícími volitelnými kroužky jsou také šachy, něco o zvířatech, hraní na PC, dílny, keramika, kinematografie, sexuální výchova, malý kouzelník, elektrotechnika, fotografování a také pomoc starším.

Žáci měli v dotazníku uvést vždy 3 svoje oblíbené a neoblíbené předměty. Předmět, který uvedli na místě prvním, byl vynásoben hodnotou 3, předmět z druhého místa jsem vynásobila hodnotou 2 a poslední předmět jsem násobila hodnotou 1. Součet hodnot jsem zanesla do grafu za každý ročník zvlášť. Toto jsem provedla jak u oblíbených tak neoblíbených předmětů.

Graf 22. Předměty, které patří mezi 6 neoblíbenějších.

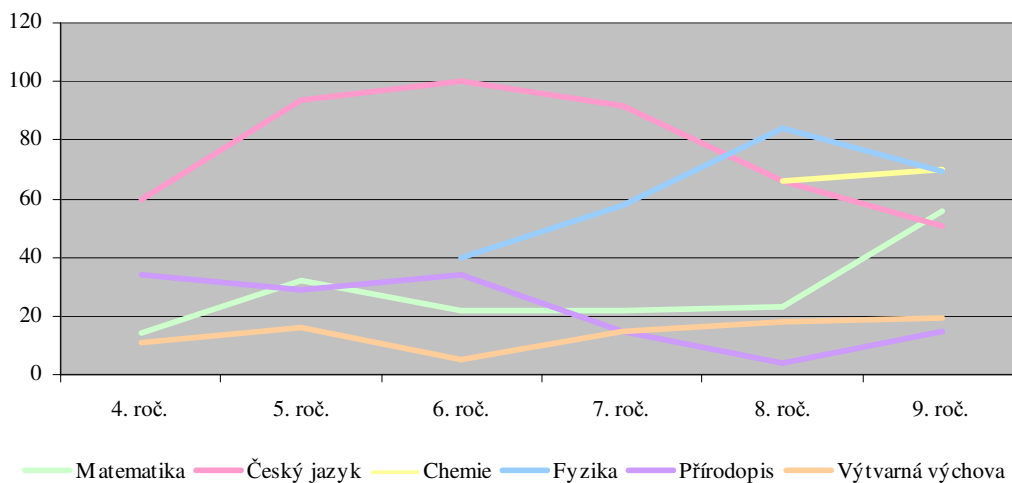


Na první pohled je zřejmé, že 3 předměty, které patří mezi nejvíce oblíbené, patří zároveň mezi 6 nejneoblíbenějších. Jde o matematiku, přírodopis (ve 4. a 5. ročníku je to přírodověda) a výtvarná výchova.

Dříve u žáků vyhrávaly převážně předměty typu „výchova“. Dnešek ukazuje jiné trendy, i když tělesná výchova stále patří mezi nejoblíbenější. Žáci se v ní nemusí učit a připravovat formou domácích úkolů. Jsou méně náročné, ale i přesto začínají výchovy děti nudit. Pro dnešní žáky je pohodlnější vytvářet „výchovy“ virtuálně, na monitoru počítače. Sportovat, vyrábět a poslouchat hudbu na počítači je pro ně více pohodlnější.

Mezi 6 nejoblíbenějšími předměty se objevila matematika, kterou má rádo více chlapců (55 %), než dívek. Dívky mají zase více v oblíbenosti cizí jazyky (67 %). Dějepis mají oblíbenější chlapci (62 %), zvláště chlapci 6. ročníku. Přírodopis je oblíbenější mezi chlapci starších ročníků, do té doby je to záležitost spíše dívek.

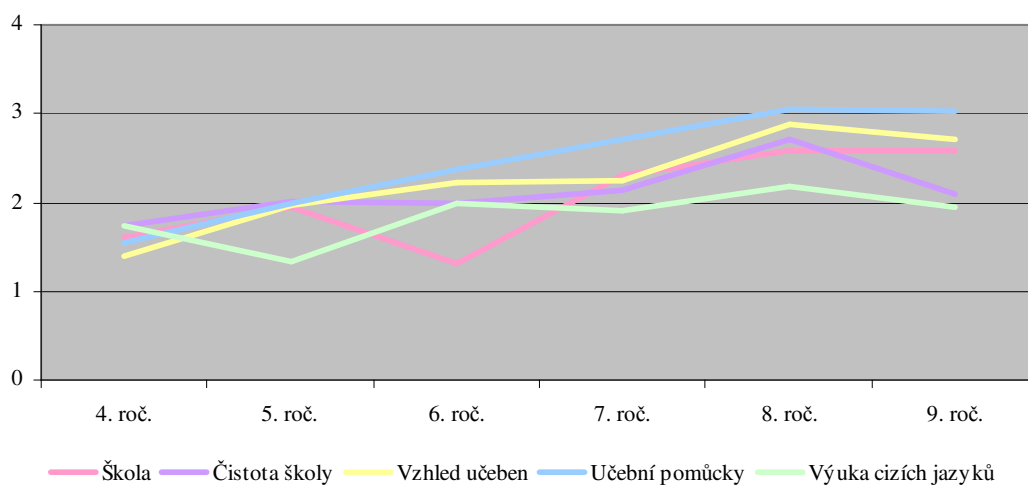
Graf 23. Předměty, které patří mezi 6 nejneoblíbenějších.



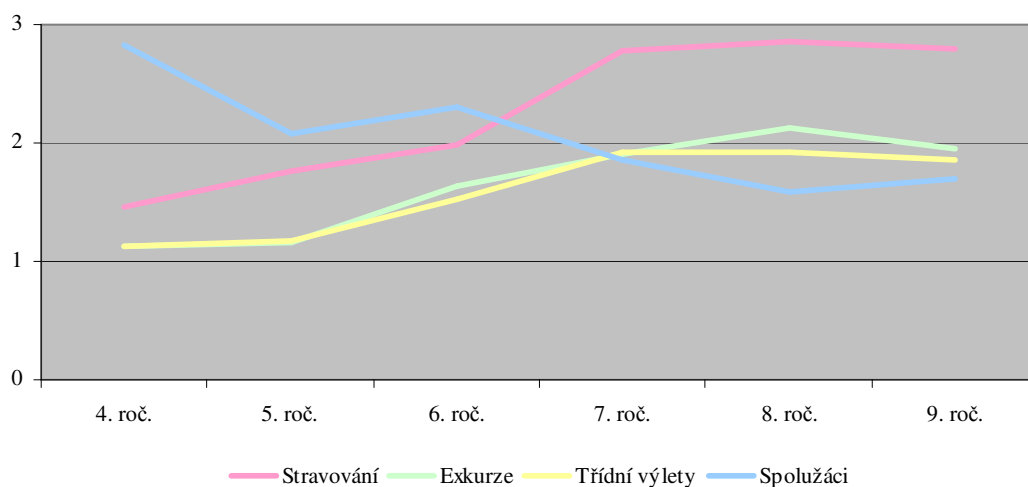
Český jazyk suveréně patří mezi nejneoblíbenější předměty, i když na grafu jde vidět, že s narůstajícími ročníky jeho neoblíbenost klesá. 60 % chlapců nemá český jazyk rádo. Zato dívky nemají v oblíbenosti spíše předměty jako matematika (63 %, zvláště žákyně z 4. a 9. ročníku) chemie (61 %, převážně dívky z 8. ročníku) a fyzika (55 %, dívky z 8 % tvoří 40 % všech dívek). Zajímavé je, že se mezi 6 nejneoblíbenějších předmětů zařadila přírodověda s přírodopisem.

Žáci měli označkovat nabízené možnosti hodnotami 1 až 5. Pro lepší vnímání žáků byla stupnice určena jako ve škole. 1 – nejlepší a 5 – nejhorší. Výsledky jsem zjišťovala aritmetickým průměrem za všechny ročníky zvlášť.

Graf 24a. Jakou známkou bys ohodnotil(a)...?



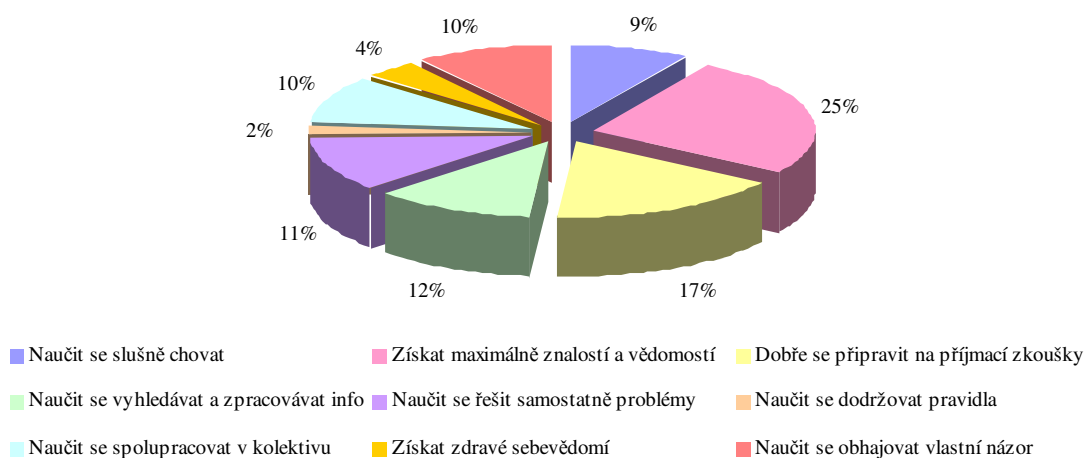
Graf 24b. Jakou známkou bys ohodnotil(a)...?



Nejlépe hodnocení od žáků získaly třídní výlety a exkurze. Jejich známka se pohybovala mezi 1 a 2. Překvapením bylo hodnocení spolužáků, jejich hodnoty často kolísaly. Přičemž nejhůře hodnotily dívky, které označovaly spolužáky 7 pětkami. Stravování s narůstajícím věkem je hůře hodnoceno. Na škole se vyskytují i automaty na jídlo,

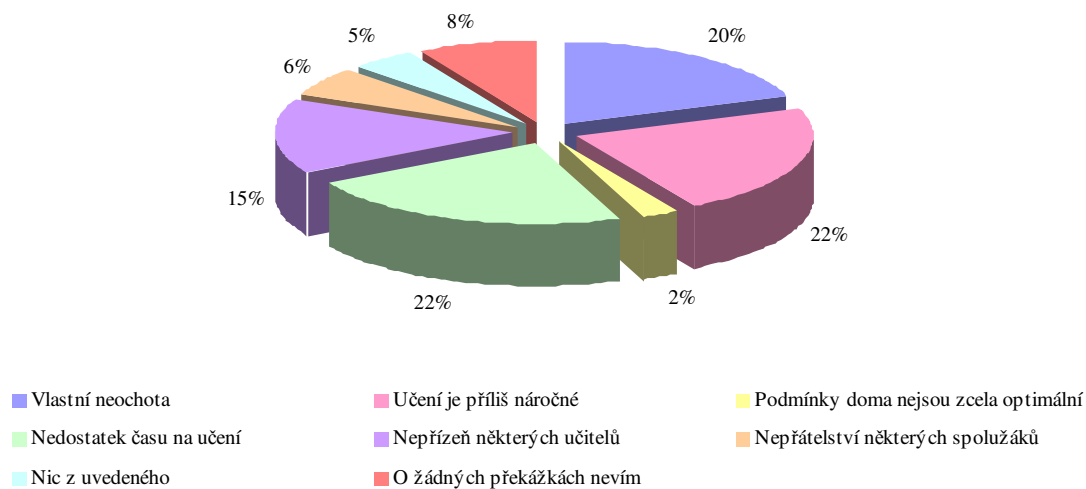
se kterými rodiče nejsou spokojeni, za to žáci chtěli takových automatů víc. Hodnocení vzhledu učeben se také horší s vyšším ročníkem. Je to dáno i tím, že na prvním stupni o prázdninách měnili plastové okna a 2. stupeň si tuto výměnu oken přeje také. Učební pomůcky se mění s vyšším ročníkem. Žáci devátých tříd nepotřebují „barevné a hravé“ pomůcky, které většinou u žáků 4. tříd naleznem.

Graf 25. Co je podle tebe nejdůležitější se ve škole naučit?



Nejdůležitějším cílem školy je podle žáků 6. a 9. ročníků získání maxima znalostí a vědomostí (25 %). Žáci dále zdůrazňují přípravu na přijmací zkoušky (17,5 %, důležitost si připouští žáci všech ročníků stejně). Vyhledávání informací a pozdější samostatné řešení problémů je třetí nejdůležitějším cílem podle žáků této školy (kolem 10 %). Naučit se pracovat v kolektivu považují za důležité až žáci od 7. ročníku. 6. ročník upřednostňuje učení dodržování pravidel, naučit se slušně chovat považují za užitečné žáci 6. a 7. tříd. 8. a 9. ročníky považují za důležité získat zdravé sebevědomí a naučit se obhajovat vlastní názor. Jak chlapci tak i dívky všech ročníků vidí nejdůležitější cíle školy shodně se svými vrstevníky. Jejich názory se moc neliší, jde-li o spolužáky ze stejného ročníku.

Graf 26. Co je pro tebe největší překážkou, abys dosahoval(a) lepších výsledků?



Žáci odpovídali na otázku, co jim podle nich nejvíce brání v dosahování lepších výsledků. Podle odpovědi žáků je nejčastější příčinou nedostatek času (až 22,5 %), náročnost učiva (22 %) a vlastní neochota (19,5 %). Na uvedených příčinách se dívky a chlapci shodli. 15 % žáků této školy přisuzuje neúspěch nepřizní učitelů. Jen 8 % žáků o žádných překážkách neví.

## 6 SHRnutí A DOPORUČENí

Mezi hlavními přednostmi této školy je, že se nachází uprostřed panelákového sídliště. Mnoho rodičů volí, tuto školu pro své děti, hlavně kvůli blízkosti školy od domova. Analýza současného stavu, pomocí dotazníkového šetření, prokázala spokojenost rodičů i žáků s fungováním Základní školy Trávníky Otrokovice.

Rodiče hodnotí vzájemné vztahy se školou jako velmi dobré a přátelské. Častější problémy se objevují ve vztazích mezi žáky. Ne vždy je na dobré úrovni vztah učitel – žák. Někteří vyučující mají problémy získat si důvěru žáka, a to především na druhém stupni. U žáků převažuje pozitivní vztah ke škole. Mezi rodiči a jednotlivými učiteli přetrvávají částečné komunikační problémy.

Spolupráce rodičů se školou při výchově a vzdělávání je hodnocena ze strany rodičů jako průměrná. Ve výuce se stále objevují problémy s motivací žáků a se zpětnou vazbou při hodnocení jejich výkonů.

Mezi rodiči převládá také názor, že by v prostorách školy neměly být instalovány nápojové automaty na nezdravé nealkoholické nápoje. Rodiče by přivítali jejich odstranění, protože jsou pro děti bez jakýkoliv pochybností nevhodné.

Ve škole panuje řád a pořádek, pravidla jsou jasná a sdílená, četnost kázeňských prohřešků je nízká, oceňování žáků převažuje nad tresty, vzájemné vztahy mezi žáky a učiteli jsou dobré. Práce učitelů je oceňována a žáky i pochválena.

V dotazníkovém šetření hodně žáků požadovalo nové materiální vybavení. Většina žáků si ve škole přeje skříňky pro jednotlivce, ale hlavně se často objevovala prosba o nové sportovní zázemí. Šlo jak o novou tělocvičnu, tak o hřiště. Mimo proseb o kratší vyučování a delší přestávky si žáci hodně přejí školní uniformy, což mě velice překvapovalo. Otevření bufetu je také častým požadavkem žáků ve škole. Každá třída potřebuje podle dětí nové lavice židle. Potřebuje také vymalovat. Na chodbách umístit více laviček a nástěnek, aby děti těšil pohled kolem. Mladé chlapce také mrzí, že jejich škola neorganizuje výlety na výstavu Invex do Brna, což si myslím, že organizačně není náročné přání.

Co mě osobně chybí nebo vadí na Základní škole Trávníky Otrokovice je jen jedna věc, kterou si jako občan Otrokovic všimnu. Nelíbí se mi vzhled jejich internetových stránek. I děti si psaly o jejich zlepšení. Pokud by základní škola vyšetřila z už tak malého rozpočtu,

nebylo by na škodě investovat do tohoto problému. Jako zpestření pro žáky bych vyhlásila soutěž o návrh loga Základní školy Trávníky Otrokovice, jelikož tato drobná maličkost mi také chybí a myslím si, že děti by to více motivovalo ve výuce výtvarné výchovy.

Na škole by se měla stále zlepšovat kvalita vyučování, zvyšovat podíl samostatné práce ve vyučovacích hodinách a posilovat úlohu motivace žáků. Dále se snažit rozvíjet tvořivost žáků volbou vhodných metod s důrazem na samostatnou práci, aktivní spolupráci a využívání přirozené iniciativy žáků. Žáky vést k práci s různými informacemi, k vytváření nejen vědomostí, ale i dovedností a schopností aplikovat získané poznatky, diskutovat a nebát se vyjadřovat své názory.

V oblasti výchovy se zaměřit především na rozvoj osobnosti žáka, vytváření pozitivních postojů a motivů jednání a vytváření partnerských vztahů mezi učitelem a žákem. Zaměřit úsilí i na zkvalitnění spolupráce s rodiči, přiblížení rodičů k životu školy. Uskutečňovat více společných akcí, na kterých by se setkávali děti, rodiče i učitelé.

Informovanost rodičů lze zajistit, mimo tradičních třídních schůzek a zápisků v žákovských knížkách, také např. vydáváním informačního zpravodaje, určitým článkem v místních novinách či v pravidelných konzultačních hodinách. Ve styku s rodiči upřednostňovat individuální pohovory a pořádat dny otevřených dveří. Dlouhodobým úkolem zůstává snaha zapojit rodiče k větší spolupráci se školou.

Ohledně bezpečnosti žáků by škola měla dále pokračovat v časté prevenci a potlačování šikany, která se v různé intenzitě vyskytuje ve všech základních školách. Nezapomínejme na včasné řešení problémů společně se školou a učitelem – vzájemná spolupráce a informovanost je základem úspěchu.

Změnou, která se žáků bezprostředně dotkne bude zavedení slovního hodnocení. Žák, respektive jeho rodiče, si bude moci zvolit, jakou formou má být hodnocen. Hlavní problém představuje objektivita takového hodnocení.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo provedení analýzy spokojenosti rodičů a žáků Základní školy Trávníky Otrokovice. Na základě poznatků získaných porovnáním teoretických závěrů se skutečným stavem a dále na základě podnětů z dotazníkového šetření byly formulovány konkrétní doporučení pro zlepšení spokojenosti rodičů i žáků.

V teoretické části byly vytvořeny předpoklady pro úspěšnou analýzu. Na úvod byla definována podstata marketingového výzkumu. Konkrétně jsem se zaměřila na oblast dotazníkového šetření. Dále byly v teoretické části shrnuty poznatky o vlivu marketingu ve školství. Příslušná teoretická východiska zdůrazňují zejména nutnost věnovat v praxi zvýšenou pozornost tvorbě dotazníkového šetření.

Při výkonu praxe jsem získala dostatek podkladů pro zpracování analýzy spokojenosti rodičů i žáků. Následně bylo zrealizováno dotazníkové šetření. V analytické části byly nejdůležitější poznatky zhodnoceny a porovnány se skutečným stavem. Pro zjištěné nedostatky bylo navrženo možné řešení s návrhem konkrétního postupu.

V šetření provedeném na Základní škole Trávníky Otrokovice se ukazuje, že rodiče i žáci jsou s prostředím, s komunikací se školou, spoluprací, bezpečností a s klimatem školy převážně spokojeni. To však neznamená, že by škola měla zůstat stále stejná a neměla se přeměňovat v souladu s požadavky rodičů i žáků.



## RESUMÉ

Beim forschen, welche Faktoren die Effektivität der Schule beeinflussen, arbeiten Forscher meistens mit Modellen, welche einer Herstellungsfirma erinnern. Die Schule arbeitet mit irgendwelchen Eintritten (z.B. Qualität der Schüler, Lehrer, menge der Finanzen usw.), in der Schule geschehen irgendwelche Prozesse (Ausbildung) und am Ende stehen irgendwelche Austritte (in der Regel Kenntnisse und Geschicklichkeiten der Schüler). Das alles geschieht in einem konkreten Kontext (Umwelt), was die Schule zu 90 % nicht beeinflussen kann.

Das Thema meiner Arbeit ist die Analyse der Zufriedenheit der Eltern und Schüler für die Volksschule Trávníky Otrokovice. Dieses Thema habe ich mir deshalb ausgesucht, weil mich interessiert, wie die Schule die bleibenden 10 % beeinflusst und beeinflussen kann.

Im Rahmen des theoretischen Teils meiner Arbeit, führte ich eine Literaturrecherche auf das Thema Marketing forschung als Prozess. Der Hauptfehler liegt auf theoretischen Erkenntnissen aus dem Bereich Marketingforschung und Fragebogenuntersuchung.

Der analytische Teil meiner Arbeit ist in zwei Teile gegliedert. Der erste Teil ist den Eltern gewidmet und der Fragebogenuntersuchung für sie. Für die Schule war wichtig die Meinung der Eltern auf den Unterricht der Schule, wie die Kommunikation mit der Schule ausgeht, das Einbinden der Eltern auf Mitarbeit und hauptsächlich die Sicherheit der Schüler in der Schule. Im zweiten Teil meiner Arbeit ist die Analyse der Fragebogenuntersuchung für die Schüler. Die Hauptziele waren herauszufinden, welche Meinung die Schüler auf das Klima in der Schule und den Klassen, Beziehungen zwischen Schülern und Beziehungen zwischen Schülern und Lehrern. Mich interessierte auch die Sicherheit der Schüler, ihre Zufriedenheit mit der Schule und mit der Materialversorgung.

Auf Grund der Erkenntnisse welche ich beim vergleichen von theoretischen Schlüssen mit der wirklichen Situation und auf Grund der Fragebogenforschung bekommen habe, wurden konkrete Empfehlungen für das verbessern der Zufriedenheit der Eltern und Schüler formuliert.

Beim der Volksschule Trávníky Otrokovice zeigt sich, dass die Eltern und Schüler mit der Schule hauptsächlich zufrieden sind. Das heisst allerdings nicht, dass die Schule stets gleich bleiben sollte, sondern sich mit den Anforderungen mit den Eltern und Schülern entwickeln sollte.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] PŘIBOVÁ, Marie a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9.
- [2] ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum, Metodologie a aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998. ISBN 80-7079-394-5.
- [3] HAGUE, Paul. *Průzkum trhu*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-917-8.
- [4] HANNAGAN, Tim. *Marketing pro neziskový sektor*. Praha: Management press, 1996. ISBN 80-85943-07-7.
- [5] BAČUVČÍK, Radim. *Marketing neziskového sektoru*. Zlín: Univerzita T. Bati ve Zlíně, 2006. ISBN 80-7318-436-2.
- [6] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing cesta k trhu*. Zlín: EKKA, 1994.
- [7] ZBOŘIL, Kamil. *Marketingový výzkum*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1996. ISBN 80-7079-389-9.
- [8] ŠUMBEROVÁ, P., KOZÁK, V. *Základy marketingu*. Zlín: Univerzita T. Bati ve Zlíně, 2003. ISBN 80-7318-001-4.
- [9] STUHLÍK, Jan. *Základy marketingu*. Zlín: Vysoká odborná škola ekonomická Zlín, 2003.
- [10] KUBÍČKOVÁ, Miloslava. *Průzkum trhu*. Zlín: Vysoká odborná škola ekonomická Zlín, 1996.
- [11] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum – Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0385-8.
- [12] PAVLŮ, Dušan a kol. *Marketingové komunikace a výzkum*. Praha: Professional publishing, 2006. ISBN 80-7318-383-8.
- [13] <http://www.ucitelskenoviny.cz/diskuze.php>
- [14] <http://www.rvp.cz/clanek>

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1.	Naše názory se plně shodují s názory většiny učitelů.....	25
Graf 2.	Očekáváme, že tato škola dobře připraví naše dítě na další vzdělání. ....	26
Graf 3.	Hodnocení našeho dítěte ve škole považujeme za spravedlivé a objektivní. ....	26
Graf 4.	Učitelé našeho dítěte se nám jeví jako tolerantní a příliš přísní. ....	27
Graf 5.	Jsme spokojeni se školními výsledky, kterých naše dítě ve škole dosahuje. ....	28
Graf 6.	Naše dítě má často strach či obavy z některých předmětů. ....	28
Graf 7.	Když se žák dostane do problémů, má možnost vysvětlit, jak se to stalo. ....	29
Graf 8.	Je-li to nutné v zájmu dítěte, lze konzultovat některé otázky s učitelem. ....	30
Graf 9.	Škola nedává příliš mnoho prostoru ke spolupráci rodičů. ....	31
Graf 10.	Domníváme se, že našemu dítěti je ve škole zaručena naprostá bezpečnost. ....	32
Graf 11.	Naše dítě má často strach či obavy z chování některých spolužáků.....	32
Graf 12.	Jsi rád(a), že můžeš chodit právě do téhle školy? .....	34
Graf 13.	Můžeš se zeptat pana učitele, když nerozumíš nebo si nestihneš něco zapsat. ...	34
Graf 14.	Věnuje učitel všem žákům stejnou pozornost? .....	35
Graf 15.	Je Váš učitel příliš přísný? .....	36
Graf 16.	Učíš se hodně věcí nazpaměť, přestože vlastně moc nevíš, co to znamená? .....	36
Graf 17.	Máš pocit, že učitel chce od vás hodně učení a domácích úkolů? .....	37
Graf 18.	Máš výhrady k tomu, jak se někteří tvoji spolužáci chovají k učitelům?.....	38
Graf 19.	Cítíš se ve škole bezpečně? .....	39
Graf 20.	Zaškrtni to, čeho se bojíš? .....	39
Graf 21.	Vyhovuje ti počet volitelných předmětů a kroužků?.....	40
Graf 22.	Předměty, které patří mezi 6 nejoblíbenějších. ....	41
Graf 23.	Předměty, které patří mezi 6 nejneoblíbenějších.....	42
Graf 24a.	Jakou známkou bys ohodnotil(a)...?.....	43

Graf 24b. Jakou známkou bys ohodnotil(a)...?.....	43
Graf 25. Co je podle tebe nejdůležitější se ve škole naučit? .....	44
Graf 26. Co je pro tebe největší překážkou, abys dosahoval(a) lepších výsledků? .....	45

**SEZNAM TABULEK**

Tab. 1.	Přehled nákladů a výnosů za I. pololetí rok 2006 .....	22
Tab. 2.	Návratnost dotazníkového šetření .....	24
Tab. 3.	Vzorek dotazníkového šetření .....	33

## SEZNAM PŘÍLOH

- P I Vyhodnocení dotazníku pro rodiče I. část
- P II Vyhodnocení dotazníku pro rodiče II. část
- P III Vyhodnocení dotazníku pro rodiče III. část
- P IV Dotazník pro žáky

## **PŘÍLOHA I: VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU PRO RODIČE I. ČÁST**

## DOTAZNÍK PRO RODIČE - VYHODNOCENÍ II. ČÁST

Do jaké míry jsou uvedené aktivity důležité pro vaše dítě a jak často se jim věnujete?

	VELMI DŮLEŽITÉ			OBČAS DŮLEŽITÉ			NENÍ TO DŮLEŽITÉ			DŮLEŽITÉ			NEODPOVĚ						
	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	DĚLI	%					
	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%							
29	Kontrola domácích úkolů vašeho dítěte.	95	23	118	54,63	12	19	31	14,33	2	2	4	1,83	32	23	55	25,49	8	3,20
30	Společné čtení s vaším dítětem či večery nad knihou.	55	10	65	30,09	35	22	57	26,39	4	19	23	10,63	47	12	59	27,31	12	5,56
31	Diskuse s dítětem o významu vzdělání pro jeho život.	62	41	103	47,09	32	14	46	21,30	5	0	5	2,31	46	16	62	28,70	0	0,00
32	Vlastivědné výlety, návštěvy muzeí, výstav, knihoven.	22	12	34	15,74	55	25	80	37,01	3	5	8	3,70	54	29	83	38,43	11	5,00
33	Návštěva pravidelných rodičovských schůzek.	75	30	105	48,61	12	13	25	11,57	3	1	4	1,83	53	29	82	37,96	0	0,00
34	Účast na školních akcích (besídkách, koncertech, výletech).	30	9	39	18,06	44	18	62	28,70	13	11	24	11,11	49	31	80	37,04	11	5,10
35	Jednání s učiteli o školním prospěchu a chování dítěte.	87	35	122	56,43	7	10	17	7,87	2	4	6	2,78	46	25	71	32,87	0	0,00
36	Návštěva třídy v době vyučování a sledování průběhu výuky.	13	3	16	7,41	48	10	58	26,87	48	42	90	41,67	24	6	30	13,89	22	10,19

	NIKDY			NĚKOLIKRÁT DO ROKA			MĚSÍČNĚ			KAŽDY TYDEN			KAŽDODENNĚ			NEODPOVĚ							
	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	I.	II.	celkem	DĚLI	%						
	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%	Stup	Stupe	%								
29	Kontrola domácích úkolů vašeho dítěte.	0	2	2	0,93	0	4	4	1,83	0	0	0	0,00	11	13	24	11,11	121	45	166	75,85	20	9,25
30	Společné čtení s vaším dítětem či večery nad knihou.	3	16	19	8,80	13	15	28	12,96	15	12	27	12,50	50	9	59	27,31	51	10	61	28,34	22	10,19
31	Diskuse s dítětem o významu vzdělání pro jeho život.	3	0	3	1,39	34	21	55	25,49	37	11	48	22,22	27	25	52	24,07	12	13	25	11,57	33	15,23
32	Vlastivědné výlety, návštěvy muzeí, výstav, knihoven.	3	2	5	2,31	87	50	137	63,43	28	13	41	18,95	7	0	7	3,24	0	0	0	0,00	26	12,04
33	Návštěva pravidelných rodičovských schůzek.	3	1	4	1,83	109	56	165	76,39	5	4	9	4,17	1	0	1	0,46	0	1	1	0,46	36	16,67
34	Účast na školních akcích (besídkách, koncertech, výletech).	6	4	10	4,63	102	51	153	70,83	10	5	15	6,94	0	1	1	0,46	0	1	1	0,46	36	16,67
35	Jednání s učiteli o školním prospěchu a chování dítěte.	1	1	2	0,93	109	53	162	75,00	6	3	9	4,17	0	2	2	0,93	0	0	0	0,00	41	18,93
36	Návštěva třídy v době vyučování a sledování průběhu výuky.	58	49	107	49,54	50	15	65	30,09	0	1	1	0,46	1	1	2	0,93	1	1	2	0,93	39	18,06



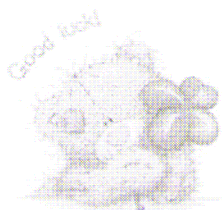
### DOTAZNÍK PRO RODIČE - VYHODNOCENÍ III. ČÁST

Jak často se vy osobně setkáváte s následujícími překážkami?

	VELMI ČASTO			OČAS			ZŘÍDKA			NIKDY			NEODPOVĚDĚLI					
	I. Stu	II. Stu	celkem	I. Stu	II. Stu	celkem	I. Stu	II. Stu	celkem	I. Stu	II. Stu	celkem		%				
			%			%			%			%						
37	Metody vyučování některých školních předmětů vyvolávají u žáků spíše odpor k učení, než aby podněcovaly zájem.																	
	3	1	4	1,85	52	44	96	44,44	52	12	64	29,63	29	2	31	14,35	21	9,72
38	Při osobních setkáních s námi někteří učitelé hovoří více než přezíravě.																	
	1	0	1	0,46	16	11	27	12,50	33	35	68	31,48	86	25	111	54,39	9	4,17
39	Někteří učitelé nám neposkytují příliš mnoho informací, které by nám pomohly lépe spolupracovat se školou.																	
	2	1	3	1,39	15	18	33	15,28	47	29	76	35,18	69	22	91	42,13	13	6,02
40	Většina školních aktivit probíhá v době, kdy jsme oba v zaměstnání a to nám brání v lepší spolupráci se školou.																	
	25	16	41	19,95	40	21	61	28,24	42	19	61	28,24	30	16	46	21,26	7	3,20
41	Škola nedává příliš mnoho prostoru spolupráci rodičů, kteří by se chtěli v jejím zájmu angažovat.																	
	2	5	7	3,24	19	12	31	14,35	47	21	68	31,48	58	24	82	37,96	28	12,96
42	Jako rodiče si nejpevněji jistě, jak máme pomáhat našemu dítěti s učením a s domácími úkoly.																	
	7	11	18	8,33	20	23	43	19,91	57	26	83	38,43	46	10	56	25,93	16	7,41

# PŘÍLOHA IV

Základní škola Trávníky Otrokovice



## DOTAZNÍK PRO ŽÁKY

Milí žáci,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku. Zjištěné výsledky poslouží jako informace pro bakalářskou práci a ke zkvalitnění

Dotazník je *anonymní*.

Jsem holka  kluk

Chodím do 5 6 7 8 9 třídy.

1. Jsi rád(a), že můžeš chodit právě do téhle školy? ANO NE

2. Můžeš se zeptat pana učitele, když něčemu nerozumíš nebo si nestihneš něco zapsat?

	Čeština	Matematika	Chemie	Fyzika	Přírodověda	Cizí jazyk	Dějepis	Zeměpis
ANO								
NE								

3. Věnuje učitel všem žákům stejnou pozornost, ať už se učí dobře nebo špatně?

	Čeština	Matematika	Chemie	Fyzika	Přírodověda	Cizí jazyk	Dějepis	Zeměpis
ANO								
NE								

4. Je Váš učitel příliš přísný?

	Čeština	Matematika	Chemie	Fyzika	Přírodověda	Cizí jazyk	Dějepis	Zeměpis
ANO								
NE								

5. Učíš se hodně věcí nazpaměť, přestože vlastně moc nevíš, co to znamená?

	Čeština	Matematika	Chemie	Fyzika	Přírodověda	Cizí jazyk	Dějepis	Zeměpis
ANO								
NE								

6. Máš pocit, že učitel chce od vás hodně učení a domácích úkolů?

	Čeština	Matematika	Chemie	Fyzika	Přírodověda	Cizí jazyk	Dějepis	Zeměpis
ANO								
NE								

7. Máš výhrady k tomu, jak se někteří tvoji spolužáci chovají k učitelům? ANO NE

8. Cítíš se ve škole bezpečně? ANO NE

9. Zaškrtni to, čeho se bojíš:

- cesta do školy nebo ze školy
- někoho ve třídě
- starších spolužáků
- jít do šatny
- jít do jídelny
- jít na záchod
- ničeho se nebojím

10. Vyhovuje ti počet volitelných předmětů a kroužků?

ANO

NE

11. Jaký kroužek ti ve Vaší škole chybí?

12. Které předměty patří mezi tvé oblíbené? (Do největšího mraku napiš ten nejoblíbenější.)



13. Které předměty patří mezi tvé neoblíbené? (Do největšího mraku napiš ten nejneoblíbenější.)



14. Jakou známkou bys ohodnotil(a):

školu  
učební pomůcky  
výuka cizích jazyků  
stravování  
vzhled učeben  
exkurze  
třídní výlety  
čistota školy  
spolužáci

	1	2	3	4	5
školu					
učební pomůcky					
výuka cizích jazyků					
stravování					
vzhled učeben					
exkurze					
třídní výlety					
čistota školy					
spolužáci					

15. Co je podle tebe nejdůležitější se ve škole naučit? (Vyber 3 možnosti.)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> naučit se slušně chovat                      | <input type="radio"/> naučit se dodržovat pravidla        |
| <input type="radio"/> získat maximálně znalostí a vědomostí        | <input type="radio"/> naučit se spolupracovat v kolektivu |
| <input type="radio"/> dobře se připravit na přijímací zkoušky      | <input type="radio"/> získat zdravé sebevědomí            |
| <input type="radio"/> naučit se vyhledávat a zpracovávat informace | <input type="radio"/> naučit se obhajovat vlastní názor   |
| <input type="radio"/> naučit se řešit samostatně problémy          |   |

16. Co je pro tebe největší překážkou, abys dosahoval(a) lepších výsledků? (Vyber 2 možnosti.)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="radio"/> vlastní neochota                     | <input type="radio"/> nepřízeň některých učitelů       |
| <input type="radio"/> učení je příliš náročné              | <input type="radio"/> nepřátelství některých spolužáků |
| <input type="radio"/> podmínky doma nejsou zcela optimální | <input type="radio"/> nic z uvedeného                  |
| <input type="radio"/> nedostatek času na učení             | <input type="radio"/> o žádných překážkách nevím       |

Vlastní připomínky, návrhy a dotazy:

---

---

---

Děkuji Vám za ochotu při vyplňování tohoto dotazníku.